

Kusnadi
Yulia Novita

KEWIRAUSAHAAN

Editor :
Salmiah



Kusnadi
Yulia Novita

KEWIRAUSAHAAN

Editor:
Salmiah



Katalog Dalam Terbitan (KDT) Kewirausahaan

Penulis : Kusnadi
Yulia Novita
Editor : Salmiah
Layout : Rismansyah
Design Cover : Mutiara Design

ISBN : 978-602-5432-07-1

vi, 105 hal (205x145cm)
Cetakan Ke 3, Januari 2020

Penerbit :

Cahaya Firdaus

Publishing and Printing

Jl. Sepakat No. 101 Panam-Pekanbaru

Mobile Phone : +6285265504934

Lingkup Hak Cipta

Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud pasal 2 ayat 1 atau pasal 49 ayat 1 dan 2 dipidana penjara masing-masing paling singkat 1 bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,- atau pidana penjara paling lama 7 tahun dan/atau paling banyak Rp. 5.000.000.000,-
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat 1, dipidana dengan penjara paling lama 5 tahun dan atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,-

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan buku Kewirausahaan ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis berharap meskipun masih serba sederhana, buku ini bisa membantu mahasiswa dan calon wirausaha untuk memahami beberapa aspek penting dalam Kewirausahaan, utamanya di seputar masalah yang sedang aktual dibicarakan banyak orang.

Penulis menyadari bahwa materi dalam buku ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran untuk memperbaiki pada semua sisi penulisan. Akhir kata penulis berharap agar buku ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamu'alikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Pekanbaru, 21 Agustus 2017
Penulis

Yulia Novita, H. Kusnadi

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
 Bab I	
Kewirausahaan dan Wirausaha	1
A. Pengertian Kewirausahaan	1
B. Pengertian Wirausaha	4
C. Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan.....	5
D. Model Proses Kewirausahaan	7
E. Menumbuhkan Minat Berwirausaha	9
 Bab II	
Konsep Dasar Kewirausahaan	11
A. Disiplin Ilmu Kewirausahaan.....	11
B. Objek Studi Kewirausahaan.....	13
C. Hakikat kewirausahaan	14
D. Karakteristik kewirausahaan	15
E. Kepribadian Tempramen, Watak dan Ciri Wirausahawan	17
 Bab III	
Ide dan Peluang dalam Kewirausahaan	23
A. Ide dan Peluang dan Kewirausahaan	23
B. Sumber Ide dan Peluang	27
C. Identifikasi Ide dan Peluang Usaha.....	28
 Bab IV	
Motivasi dan Produktivitas Kewirausahaan ..	29
A. Motivasi	29
B. Produktivitas Kerja	34

Bab V

Teori Motivasi dalam Dinamika Kewirausahaan

A. Teori-Teori Awal Tentang Motivasi	37
B. Teori Motivasi Modern	38
	41

Bab VI

Business Plan

A. Defenisi Business Plan.....	47
B. Business Plan Dalam Kewirausahaan	47
C. Tujuan pembuatan Business Plan	48
D. Bentuk Format Business Plan	48
E. Business Plan dalam bentuk Perencanaan Keuangan	49
	50

Bab VII

Etika Bisnis

A. Etika Bisnis	53
B. Etika Bisnis dalam Islam.....	53
	58

Bab VIII

Kreativitas dan Inovasi

A. Pengertian Kreativitas	65
	65

Bab IX

Kewirausahaan Sosial

A. Sejarah Kewirausahaan Sosial	75
B. Proses Kewirausahaan Sosial.....	79
C. Aspek yang Membangun Kewirausahaan	79
D. Karakteristik Kewirausahaan Sosial	82
E. Tantangan Implementasi Social Entrepreneur	84
F. Peranan Social Entrepreneur Bagi Masyarakat	86
	88

Bab X

Pengambilan Keputusan

A. Pengertian Keputusan	91
B. Pengambilan Keputusan.....	91
	92

C. Fungsi dan Tujuan Pengambilan Keputusan	93
D. Konsep dan Prinsip Pengambilan Keputusan	93
E. Model Pengambilan Keputusan	95
F. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan ...	99
DAFTAR PUSTAKA	103

BAB I

KEWIRAUSAHAAN DAN WIRAUSAHA

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menyaksikan berbagai aktivitas seperti, seseorang atau sekelompok orang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli sejumlah barang kemudian barang tersebut di pajang di suatu lokasi tertentu untuk di jual kepada konsumennya. Kemudian diolah menjadi sesuatu yang di sajikan khusus untuk konsumennya dan pada periode tertentu mereka menghitung apa yang mereka dapatkan dari hasil yang mereka lakukan.

Gambaran tersebut merupakan suatu gambaran dari kegiatan seorang wirausahawan dalam kesehariannya, kepiawaian mereka dan keahlian mereka dalam menjalankan aktivitas tanpa rasa canggung, takut, malu, atau minder merupakan menu sehari-hari yang menjadi rutinitas, semua yang mereka lakukan diperoleh dari pengalaman yang pernah mereka lakukan atau dari pengalaman dari orang lain.

A. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah padanan dari kata *entreperenurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemer* dalam bahasa Belanda, kata *enterpreneur* dari Perancis yang berarti memulai atau melaksanakan.

Istilah kewirausahaan berasal dari kata wirausaha. Kata wirausaha merupakan gabungan dua kata yang menjadi satu, yaitu kata wira dan usaha. Wira artinya pahlawan, laki-laki, sifat jantan, perwira. Usaha artinya perbuatan, prakarsa,

Sesuai dengan Instruksi Presiden No 4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan (GNMMK) disebutkan

bahwa kewirausahaan adalah sikap, semangat, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan keuntungan yang lebih besar.

Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008:h 10) mendefenisikan: "Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Wirausahawan adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri kita untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup kita dimasa yang akan datang. Banyak sekali perbedaan yang orang lakukan dalam mengartikan kewirausahaan beberapa diantaranya mengatakan bahwa enterprenuership adalah sebagai berikut:

- a. Ilmu pengetahuan
- b. Kepribadian atau sikap
- c. Filosofi
- d. Skill atau keterampilan
- e. Seniprofesi
- f. Naluri
- g. Mimpi seseorang
- h. Pilihan hidup seseorang

Ada beberapa konsep yang ada pada 6 hakekat penting kewirausahaan, antara lain:

- a. Segala sesuatu yang berhubungan dengan perilaku seorang pewirausaha
- b. Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru
- c. Kreativitas dan inovasi dalam melakukan atau memecahkan suatu persoalan

- d. Suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha
- e. Proses untuk mengerjakan sesuatu yang baru
- f. Menciptakan nilai tambah dengan cara mengombinasikan cara-cara baru dalam bersaing.

Berdasarkan konsep tersebut diatas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi resiko.

B. Pengertian Wirausaha

Dalam bahasa Indonesia di kenal dengan Wira: utama, gagah berani, luhur; swa: sendiri; sta: berdiri; usaha: kegiatan produktif. Dari asal kata tersebut wiraswasta ditujukan pada orang yang dapat berdiri sendiri. Kata wiraswasta di Indonesia sering diartikan sebagai orang yang tidak bekerja pada sektor pemerintah seperti pedagang, pengusaha dan orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang yang mempunyai usaha sendiri.

Wirausaha dalam bahasa Perancis yaitu *enterprenew* yang berarti orang yang membeli barang dengan harga pasti meskipun orang itu belum mengetahui berapa harga barang itu akan di jual. Ada beberapa pengertian wirausaha menurut beberapa pandangan diantaranya:

a. Menurut Businessman

Wirausaha adalah ancaman, pesaing baru atau juga seorang partner, pemasok, konsumen atau orang yang bisa diajak bekerjasama.

b. Menurut Ekonom

Wirausaha adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisasi faktor-faktor produksi, tenaga, modal dan skill untuk tujuan produksi.

c. Menurut Psikolog

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki dorongan dari dalam untuk mencapai suatu tujuan, suka melakukan eksperimen atau menampilkan kebebasan dirinya diluar kekuasaan orang lain

d. Menurut Pemodal

Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan kesejahteraan buat orang lain yang menemukan cara menggunakan resources, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Para pakar ekonomi mempunyai definisi masing-masing tentang *entrepreneur*. Menurut *Encyclopedia of America* (1984), *entrepreneur* adalah "pengusaha yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko dengan menciptakan produksi, termasuk modal, tenaga kerja dan bahan, dari usaha bisnis mendapat profit/laba". Sedangkan menurut *The American Heritage Dictionary of English Language*, *entrepreneur* diartikan sebagai "a person who organizes, operates, and assumes the risk for a business venture,"

Adapun definisi wirausaha menurut beberapa ahli antara lain:

a) Dan Steinhoff dan John F. Burgess (1993:35) wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha

b) Menurut Lyoyd E. Shefsky dalam bukunya yang berjudul " *Entrepreneurs are Made Not Born*" mendefinisikan bahwa *entrepreneur* terdiri dari tiga suku kata, yaitu *entre*, *pre* dan *neur*. Menurut akar Bahasa Latinnya *entre* berarti masuk, *pre* berarti sebelum, dan *neur* berarti pusat syaraf. Jadi *entrepreneur* didefinisikan sebagai seorang yang memasuki dunia

bisnis-bisnis apa saja tepat pada waktunya untuk membentuk atau mengubah pusat syaraf (*nerve center*) bisnis tersebut secara substansial

- c) Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarbrough wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya
- d) Peter Drucker berkata bahwa wirausaha tidak mencari resiko, mereka mencari peluang (David Obsorbe, 1992: xvi).

Wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Wirausaha secara umum adalah orang yang menjalankan usaha atau perusahaan dengan kemungkinan untung atau rugi. Oleh karena itu wirausaha perlu memiliki kesiapan mental, baik untuk menghadapi keadaan merugi ataupun untung besar. Disamping itu seorang wirausaha adalah pencipta perusahaan dan orang yang selalu melihat perbedaan, baik antar orang maupun antar fenomena kehidupan sebagai peluang dan kesulitan.

Berbeda dengan seorang penemu atau inventor adalah orang yang menemukan sesuatu yang berguna bagi kehidupan manusia, misalnya Thomas Alpha Edison menemukan listrik. Einstein yang menemukan atom. Mereka tidak dapat disebut wirausahawan jika penemuannya tidak di transformasikan oleh mereka sendiri ke dalam dunia usaha. Wirausahawan adalah orang yang memanfaatkan penemuan tersebut ke dalam dunia usaha

C. Manfaat dan Tujuan Kewirusahaan

Wirausaha merupakan salah satu potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu

wirausaha itu sendiri. Kenyataannya wirausahawan Indonesia belum begitu banyak, sehingga persoalan pembangunan wirausahawan Indonesia merupakan persoalan yang memdesak bagi suksesnya pembangunan. Jika kita perhatikan manfaat adanya wirausaha sangat banyak antara lain:

- a. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- b. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan dan sebagainya.
- c. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain sebagai pribadi unggul yang patut di contoh, di teladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
- d. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
- e. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuan.
- f. Berusaha mendidik karyawannya menjadi mandiri, disiplin, jujur tekun dalam menghadapi pekerjaan.
- g. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama.
- h. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
- i. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Dalam kewirausahaan telah tertanam sikap dan perilaku dalam membuka bisnis agar dapat menjalankan usaha berjalan dengan baik dan berhasil. Adapun tujuan kewirausahaan antara lain :

- a. Untuk mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- b. Untuk membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan muda baik mahasiswa ataupun masyarakat yang handal dan tangguh.
- c. Untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang memiliki kualitas yang tinggi.

D. Model Proses Kewirausahaan

Model proses perintisan dan pengembangan kewirausahaan ini digambarkan oleh Bygrave dengan urutan langkah-langkah berikut ini:

- a. Proses Inovasi (Innovation)
Beberapa faktor personal yang mendorong inovasi adalah keinginan berprestasi, adanya sifat pemasaran, keinginan menanggung resiko, faktor pendidikan dan pengalaman. Inovasi berasal dari diri seorang akan mendorongnya untuk mencari pemicu kearah untuk memulai usaha. Adapun faktor lingkungan mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas
- b. Proses Pemicu (Triggering Event)
Beberapa faktor personal yang mendorong seseorang atau memaksa untuk terjun ke dunia usaha sebagai pemicunya adalah: Adanya ketidakkuasan terhadap pekerjaan yang dijalani sekarang, adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), tidak ada pekerjaan lain, faktor usia, keberanian menanggung resiko dan komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.

Faktor pemicu yang berasal dari lingkungan adalah: adanya persaingan dalam dunia kehidupan, adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan, misalnya memiliki tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasi strategis dan lain-lain, mengikuti latihan-latihan atau incubator bisnis, serta kebijakan pemerintah tentang kemudahan dalam lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha yang diberikan oleh Depnaker.

Faktor Sociological yang menjadi pemicu pelaksanaan bisnis adalah: adanya hubungan atau relasi dalam berusaha, adanya tim yang dapat diajak bekerjasama, adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha, adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan dan adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya.

c. Proses Pelaksanaan

Beberapa faktor personal yang mendorong pelaksanaan bisnis antara lain: adanya seorang wirausaha yang sudah siap mental secara total, adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan, pembantu utama, adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis, dan adanya visi pandangan yang jauh ke depan guna mencapai keberhasilan

d. Proses pertumbuhan

Proses pertumbuhan didorong oleh faktor organisasi antara lain: adanya tim yang kompak dalam menjalankan usaha sehingga semua direncanakan dan pelaksanaan operasional berjalan produktif, adanya strategi yang mantap sebagai produk dari tim yang kompak, adanya struktur dan budaya organisasi yang sudah membudaya, dan adanya produk yang dibanggakan.

Faktor dari luar yang mendorong implementasi dan pertumbuhan bisnis antara lain adanya persaingan yang cukup menguntungkan, adanya konsumen dan pemasok barang secara terus menerus, adanya sumber yang tersedia dan bisa dimanfaatkan, adanya kebijaksanaan pemerintah yang menunjang bidang perekonomian.

E. Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Wirausahawan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi sukses pembangunan suatu Negara. Untuk itu perlu adanya di tumbuhkan minat masyarakat terhadap kewirausahaan itu sendiri. Secara psikologis terdapat faktor negative pandangan masyarakat terhadap profesi, lapangan kerja yaitu sektor wirausaha, bisnis dan perdagangan antara lain sifat agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan yang tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah dan sebagainya. Banyak orang tua yang tidak menginginkan anaknya untuk menekuni pekerjaan ini dan berusaha mengalihkan perhatian anak-anaknya untuk menjadi pegawai atau menjadi PNS. Hal inilah yang membuat Negara kita ketinggalan.

Sebagian besar rakyat Indonesia adalah beragama islam. Dalam agama islam diajarkan tentang pekerjaan di bidang bisnis. Rasulullah pernah ditanya oleh sahabat "Pekerjaan apakah yang paling baik ya Rasulullah? Rasulullah menjawab " Seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih (HR. Al-Bazzar). Jual beli yang bersih berarti sebagian dari kegiatan profesi bisnis.

Dalam menjalankan profesi ini atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak ada kejujuran maka kesuksesan tidaklah akan berlangsung lama begitu sebaliknya, jika kejujuran lebih diutamakan maka keuntungan akan datang dari berbagai penjuru, seperti sabda

Rasulullah yang diriwayatkan oleh Tirmizi dan Hakim beriku ini " Pedagang yang jujur terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, orang shadiqin dan para syuhada.

Dewasa ini banyak remaja yang sudah merubah pola pikir para anak muda dengan melihat banyaknya artis idola mereka yang melakukan kegiatan bisnis. Hal ini membuat mereka termotivasi untuk berusaha dan menghilangkan rasa malu.

Mereka juga menyadari dengan berbisnis terdapat beberapa keuntungan dan kelemahan. Keuntungan menjadi berwirausaha antara lain; terbukanya peluang untuk mencapai tujuan, mendemstrasikan kemampuan, memperoleh manfaat dan keuntungan, membantu masyarakat dan kesempatan untuk menjadi bos, sedangkan kelemahannya antara lain memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan berbagai resiko, bekerja dengan waktu yang panjang, kualitas kehidupan yang rendah sampai usahanya berhasil, dan tanggung jawab yang besar.

Jika sikap dan prilaku seorang wirausaha sudah tertanam dengan baik maka seorang wirausahawan diharapkan akan memiliki kemampuan dan kemantapan untuk mewujudkan keberhasilan dalam kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, mampu membudayakan semangat, sikap dan prilaku kewirausahaan dalam masyarakat, mampu meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas.

BAB II

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

Sebelum seseorang memulai atau menciptakan suatu usaha, haruslah memiliki konsep dasar tentang kewirausahaan agar usaha yang akan dirintis berjalan lancar dan dapat mengatasi problematika yang terjadi sekarang ini. Konsep dasar kewirausahaan merupakan titik awal dalam memulai suatu usaha dan juga menentukan berhasil atau tidaknya usaha yang akan dirintis. Selain itu, dengan berwirausaha seseorang akan berusaha lebih mandiri, kreatif, dan inovatif agar usahanya dapat diterima dimasyarakat.

A. Disiplin ilmu kewirausahaan

Disiplin berasal dari bahasa Inggris: *disciple* yang berarti pengikut atau murid. Perkataan disiplin mempunyai arti latihan dan ketaatan pada aturan. Disiplin juga merupakan salah satu yang dapat mengatur atau mengontrol kelakuan yang harus di capai. Disiplin yang baik tidak tercapai apabila tingkah laku seseorang terlalu dikendalikan oleh bermacam-macam aturan dan tindakan. Sikap Disiplin sebaiknya berasal dan tumbuh dari diri sendiri. Upaya pembentukan sikap disiplin dapat dilakukan di dalam dan di luar sekolah.

Konsep disiplin pada umumnya selalu memperhatikan hal-hal berikut ini:

- a. Peraturan yang jelas dan sanksi yang masuk akal
- b. Peraturan yang ditentukan mudah untuk dipahami
- c. Konsep disiplin menggambarkan kepentingan keadilan, kesejahteraan bersama
- d. Konsep disiplin harus disepakati bersama

Begitu juga dalam ilmu kewirausahaan disiplin merupakan ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh keuntungan dengan membagi risiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas w. Zimmerer (1996) kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar.

Defenisi tersebut dapat menjelaskan bahwa disiplin sangatlah penting dalam menjalankan suatu usaha. Disiplin dalam bekerja, berkarya dan berpartisipasi dapat terlihat dalam suasana kerja seperti: menghargai usaha secara aktif dan produktif, suasana yang menyenangkan, konsep disiplin dapat diterima semua pihak, adanya saling menghormati, meningkatkan prestasi belajar berkarya dan berpartisipasi serta menciptakan kreativitas dan produktivitas yang tinggi.

Penanaman disiplin pada diri seorang wirausaha akan memberikan kekuatan dalam menguasai keadaan, mengatasi kegagalan dan dapat mengontrol sikap dan tingkah laku. Untuk menerapkan disiplin berwirausaha perlu dilakukan upaya-upaya seperti menanamkan sikap jujur, rasa syukur, berdoa dan bekerja, bekerja keras, mental yang kuat untuk maju berusaha, ketulusan hati untuk maju bersama, sikap ikhlas, dan menanamkan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Ilmu kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh keuntungan dengan membagi risiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas w. Zimmerer (1996) kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar.

Pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen menurut

Soeharto Prawirokusumo (dalam Suryana, 2001:3) dikarenakan beberapa hal antara lain:

- a. Kewirausahaan berisi "*body of knowledge*" yang utuh dan nyata yaitu ada teori, konsep dan metode ilmiah yang lengkap.
- b. Kewirausahaan memiliki 2 (dua) konsep yaitu posisi posisi "*venture start-up*" dan "*venture growth*", ini jelas tidak masuk dalam "*frame work general management courses*" yang memisahkan antara manajemen dan *business ownership*.
- c. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memilki objek tersendiri yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda
- d. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan pendapatan atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

B. Objek studi kewirausahaan

Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk prilaku. Menurut Soeparman Soemahamidjaja dalam Suryana. 2009:4) bahwa kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

- a. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/usaha tersebut perlu perenungan, koreksi yang kemudian berulang-ulang dibaca dan diamati sampai memahami apa yang menjadi kemauannya.
- b. Kemampuan memotivasi diri untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala-nyala.
- c. Kemampuan untuk berinisiatif yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah yang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan berinisiatif.

- d. Kebiasaan berinisiatif yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan baru atau kombinasi baru atau apa saja yang dapat dijadikan piranti dalam menyajikan barang dan jasa bagi kemakmuran masyarakat.
- e. Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal
- f. Kemampuan untuk mengatur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala hal tindakannya melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan.
- g. Kemampuan mental yang dilandasi dengan agama
- h. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun yang menyajikan.

C. Hakikat kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan ide, jadi untuk berwirausaha dapat dilakukan dengan cara:

- a. Memiliki modal sekaligus menjadi pengelola
- b. Menyetor modal dan pengelolaan ditangan pihak mitra
- c. Hanya menyerahkan tenaga, namun dikonversikan kedalam bentuk saham sebagai bukti kepemilikan usaha.

Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

D. Karakteristik kewirausahaan

Karakteristik adalah sesuatu yang berhubungan dengan watak, prilaku/sikap seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai tujuan lahir dan batin. Karakteristik wirausaha dapat di lihat pada waktu mereka melakukan komunikasi untuk mengumpulkan informasi atau pada waktu menjalin hubungan dengan relasi bisnisnya. Karakteristik wirausaha meliputi: komitmen yang tinggi jujur, disiplin, kreatif, inovatif, mandiri dan relegius

Menurut David (1996) karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha memenuhi syarat-syarat keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan/organisasi seperti inovatif, kreatif, adaptif, dinamik, kemampuan berintegrasi, kemampuan mengambil resiko atas keputusan yang dibuat, integritas, daya juang, dan kode etik niscaya mewujudkan efektivitas perusahaan/organisasi.

Menurut Suharyadi (2007:10) bahwa sikap seorang wirausaha dapat dilihat dalam kegiatan sehari-hari yaitu

- a. Disiplin yaitu ketepatan komitmen terhadap kewirausahaan terhadap tugas dan pekerjaannya.
- b. Komitmen tinggi yaitu seorang wirausahawan yang teguh menjaga komitmennya kepada konsumen akan memiliki nama baik di mata konsumen yang akhirnya wirausahawan tersebut mendapat kepercayaan dari konsumen
- c. Jujur, seorang wirausahawan harus jujur dalam hal karakteristi produk, pelayanan purnajual yang dijanjikan

- d. Kreatif dan inovatif, seorang wirausahawan harus memiliki daya kreatif dan inovatif tinggi untuk menciptakan produk terbaru
- e. Mandiri, sikap ini sangat mutlak di miliki oleh seseorang wirausahawan.

Profil Seorang Wirausahawan Menurut David (1996) dapat dilihat dalam bentuk tabel berikut di bawah ini:

Tabel 2.1
Profil Wirausahawan

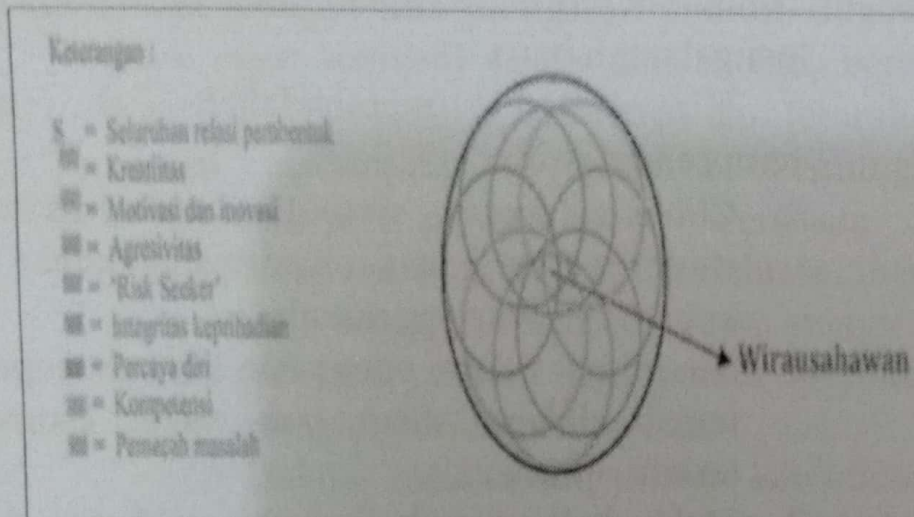
Karakteristik Profil	Ciri Wirausahawan yang Menonjol
Berprestasi tinggi	Ahli untuk memperoleh prestasi
Pengambil resiko	Mereka tidak takut mengambil resiko tetapi akan menghindari resiko tinggi apabila dimungkinkan
Pemecah Masalah	Mereka tanggap mengenali dan memecahkan masalah yang dapat menghalangi kemampuannya mencapai tujuan
Tingkatan energy/tinggi	Dedikasi dan workoholic demi wujudnya sukses
Percaya Diri	Tingkat confidence yang tinggi
Ikatan emosi	Memisahkan antara hubungan emosional dengan karier
Kepuasan Pribadi	Menyukai kompleksitas tinggi dengan formalisasi yang rendah

Adapun menurut pendapat Bygrave (1996), karakter seorang wirausahawan adalah irisan dari berbagai sikap mental positif dan membutuhkan proses yang berasal dari

internal maupun eksternal sebagaimana di tampilkan pada gambar 1 di bawah ini

Gambar 2.1

Relasi faktor-faktor pembentuk wirausahawan



E. Kepribadian, Temperamen, Watak dan ciri Wirausahawan

a. Kepribadian

Kepribadian seseorang tidak persis sama dengan kepribadian orang lain. Kepribadian ini adalah sangat unik, demikian dinyatakan oleh para ahli. Dengan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang dia dapat memikat orang lain, orang menjadi simpati, tertarik dengan pembicaraannya. Wirausaha yang memiliki kepribadian seperti ini yang seringkali membuat usahanya berhasil.

Kepribadian yang produktif adalah kegiatan yang dapat menimbulkan kegunaan (utility). Kita mengenal beberapa macam utility yaitu:

1. Utility of Place (Kegunaan tempat)
2. Utility of Time (Kegunaan Waktu)
3. Utility of Form (Kegunaan bentuk)
4. Utility of Ownership/Possesion (Kegunaan kepemilikan)

b. *Tempramen*

Istilah *tempramen* menunjukkan cara bereaksi atau bertindak laku yang bersifat tetap, sedangkan istilah dibentuk oleh pengalaman yang pada masa kanak-kanak dapat berubah pada batas-batas tertentu karena adanya pengalaman-pengalaman baru.

Hippocrates membedakan 4 macam *tempramen* yaitu:

1. *Choleric* secara simbolis dapat disamakan: *choleric*= api, panas, cepat dan kuat= *early angered*= gampang marah
2. *Sanguine*= udara, panas dan lembab, cepat dan lemah dalam istilah lain = *over estimated*= terlalu optimis
3. *Melancholic* disimbulkan dengan bumi, dingin, kering, lemah dan kuat dan pendiam. Tipe ini kuat dalam kelemahannya yang bersifat pendiam (*depressed*)
4. *Phlegmatic*, simbolnya air, dingin lembab dan lemah (*too slow*)

c. *Watak*

Menurut ahli psikologi behavioristik, sifat-sifat watak dapat disamakan dengan sifat tingkah laku (*behavior*), sedangkan menurut sosiopsikologis manusia selalu berhubungan dengan sesamanya, berhubungan dengan alam dan berhubungan dengan dirinya sendiri. Cara manusia berhubungan itu bermacam-macam, senang, marah, kasihan, benci, sayang, cinta, bekerjasama, bersaing dan sebagainya. Dengan segala cara berhubungan itu manusia berusaha menyesuaikan diri, mencoba berorientasi dengan sesama, dengan alam, bahkan dengan diri sendiri.

Oleh sebab itu, dikatakan bahwa inti dari hasil interaksi dengan lingkungan.

Faktor-faktor yang dapat dipelajari untuk mengembangkan bakat yang kita miliki diantaranya pikiran, perasaan, pertimbangan dan sikap. Dengan cara mengasah pikiran, diharapkan daya ingat menjadi tajam dan kreatif, berwujud menjadi cepat berfikir, sistimatis dan terarah pada tujuan disamping terbukanya kemungkinan bertambahnya pengetahuan. Perasaan akan berkembang menjadi lapang dan leluasa, memiliki jiwa besar, sehingga tumbuh daya energy yang agresif, berani, sabar dan penuh perhitungan dalam menguji persaan orang lain

Dalam melakukan proses kewirausahaan dibutuhkan kecakapan dalam memberikan keterangan-keterangan kepada relasi secara jelas dan menarik, untuk itu dibutuhkan kecakapan dalam memberikan pertimbangan kearah proses lancarnya pembicaraan, sedangkan sikap yang serius dibubuhi dengan humor pada tempatnya, maka seorang wirausaha sudah menempatkan dirinya untuk mendapatkan perhatian. Pada saat-sata menentukan ia harus dapat mengambil keputusan yang matang.

d. Ciri -ciri wirausahawan

1. Memiliki Mimpi Besar

Seorang wirausahawan selalu memiliki mimpi besar, mereka mulai menjalankan bisnisnya karena adanya motivasi untuk mencapai mimpi besar mereka. Mimpi yang mereka milki menjadi tujuan dari semua usaha yang dilakukannya. Sehingga dalam mengambil keputusan, seorang wirausahawan akan menyesuaikan dengan mimpi yang

dimilikinya. Jadi segala peluang usaha yang dijlankannya akan lebih terarah dalam mencapai tujuannya. Mimpi seorang wirausahawan bukan sekedar menjadi seorang pegawai, namun ia memiliki cita-cita besar untuk menciptakan lapangan kerja baru yang dapat memberdayakan masyarakat.

2. Pandai mengatasi ketakutannya.

Banyak orang yang masih takut mengambil resiko, namun tidak demikian halnya dengan seorang wirausahawan. Mereka pandai mengelola ketakutannya dan menumbuhkan keberanian untuk meninggalkan segala keyamanan yang ada, serta memilih menghadapi resiko. Namun keberanian tersebut juga disertai dengan perhitungan yang matang, dan bertanggung jawab dengan keputusan yang telah diambil.

3. Mempunyai cara pandang yang berbeda

Seorang wirausahawan selalu memandang masalah, kesulitan, keadaan lingkungan sekitar, perubahan trend dan kejadian yang sedang dihadapi saat ini, untuk memunculkan kreativitas guna menciptakan ide-ide dan konsep bisnis yang memiliki prospek yang baik, selain itu kejadian yang ada menjadi peluang usaha dalam mewujudkan mimpi mereka.

4. Pemasar sejati atau penjual ulang

Seorang wirausahawan juga memiliki kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran bisnis, sehingga dalam membangun sebuah bisnis pertumbuhannya bisa lebih cepat. Orang yang tidak memiliki kemampuan dalam hal pemasaran ini akan memiliki beban yang

lebih berat dan membutuhkan waktu yang cukup lama dalam mencapai impiannya.

5. Menyukai tantangan

Banyak orang yang memilih untuk bertahan di zona aman, namun tidak demikian halnya dengan seorang wirausahawan. Mereka tidak suka berlama-lama dengan kegiatan yang monoton dan lebih suka menggunakan kreativitasnya untuk dijadikan tantangan yang akan dihadapi dalam mencapai tujuannya.

6. Mempunyai keyakinan yang kuat

Seorang wirausahawan memiliki keyakinan bahwa sebenarnya kegagalan itu tidak pernah ada melainkan sebuah rintangan yang besar dan kecil. Kegagalan hanya muncul bagi orang yang tidak berusaha mencari jalan keluar dari masalah. Dengan mengartikan bahwa hanya rintangan maka seorang wirausahawan selalu optimis bahwa rintangan ini akan bukanlah akhir dari segalanya dan jalan keluar pasti ada untuk menghancurkan rintangan tersebut

7. Selalu mencari yang terbaik

Seorang wirausahawan selalu berusaha untuk mencari dan melakukan yang terbaik guna memberikan hasil yang maksimal untuk para konsumennya. Hal inilah yang selalu tertanam dalam diri wirausahawan, mereka cenderung 'perfectionist', karena mereka memiliki tujuan untuk mencari cara yang terbaik agar konsumen tidak merasa kecewa dengan pelayanan dan produk yang mereka berikan.

8. Disiplin waktu untuk pemenuhan target.

Kedisiplinan menjadi hal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan, bagi mereka

waktu yang terbuang sama halnya melewatkan sebuah peluang besar untuk mendapatkan keuntungan. Maka benar adanya jika ada pepatah yang mengatakan "time is money" karena dengan membuang waktu sama halnya dengan melewatkan begitu saja peluang untuk mendapatkan penghasilan yang sesuai dengan target yang telah disepakati.

9. Memiliki kemampuan memimpin

Seorang wirausahaan merupakan pemimpin bagi dirinya sendiri dan memimpin karwayannya. Dengan memiliki jiwa kepemimpinan dapat memotivasi diri sendiri dalam hal pengambilan keputusan. Seorang dapat memotivasi dalam hal pengambilan keputusan. Ketika seorang wirausahawan memilih untuk menjadi seorang pewirausaha maka ia harus siap menjadi seorang pemimpin. Jadilah teladan yang baik bagi karyawan dan dapat mendorong mereka agar dapat memberikan yang terbaik kepada konsumen.

10. Pantang menyerah

Seorang wirausahawan haruslah memiliki visi dan semangat yang tinggi dan luar biasa. Mereka haruslah pantang menyerah pada hambatan, tidak berputus asa untuk selalu mencobamemberikan yang terbaik pada konsumennya. Jika menemukan jalan buntu, hendaknya mereka mencari jalan alternative untuk mewujudkan impiannya.

BAB III

IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Ide dan peluang dalam kewirausahaan

Ide dalam konteks kewirausahaan adalah gagasan kreatifitas dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sebagai sumber keunggulan untuk dijadikan peluang. Peluang kewirausahaan dalam pengertian lebih mendalam dapat di bagi menjadi dua yaitu peluang internal dan peluang eksternal. Peluang internal merupakan peluang yang memang sudah ada pada diri seseorang sehingga bisa membaca keadaan sesuai dengan potensi yang dimiliki. Peluang eksternal adalah peluang yang berasal dari proses pembacaan kondisi atau respon seseorang wirausaha atas situasi yang menurutnya berpotensi untuk menjadi peluang.

Ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan nilai yang potensial di pasar sekaligus peluang usaha, sekaligus mengevaluasi semua resiko yang mungkin akan terjadi dengan cara mengurangi kemungkinan resiko melalui berbagai strategi yang proaktif serta mengelola resiko yang mendatangkan nilai atau manfaat.

Menurut Zimmerer ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil dimasyarakat dan dapat menciptakan nilai potensial di pasar menjadi peluang usaha. Adapun langkah-langkah dalam mengembangkan ide usaha dapat dilakukan dengan beberapa langkah antara lain:

1. Tetapkan dengan jelas pengembangan ide usaha
2. Tetapkan tujuan khusus dalam pengembangan ide tersebut
3. Upayakan agar setiap karyawan dalam perusahaan memahami pengembangan ide tersebut

4. Buat dan laksanakan system pencatatan prestasi pengembangan ide menjadi obsesi
5. Berikan penghargaan pada karyawan memahami peranannya dan berikan kesempatan untuk terlibat untuk pengembangan usaha dalam prestasi perusahaan

Kreativitas selalu muncul dalam bentuk ide dan menghasilkan barang dan jasa yang baru. Ide bukanlah peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara berkesinambungan. Ide dapat digerakan secara internal melalui perubahan cara-cara atau metode yang lebih baik atau bentuk modifikasi pekerjaan untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Ide juga dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa yang baru.

Kreativitas terletak pada orangnya atau pelakunya, maka langkah agar kita bisa kreatif dalam mengembangkan bisnis adalah mengasah kreativitas diri kita. Kreativitas adalah sebuah keterampilan yang bisa muncul dalam diri kita dan juga bisa hilang jika tidak diasah dan dilatih secara berkesinambungan. Ada beberapa tips dalam mengasah kreativitas yang diharapkan berguna untuk mengembangkan usaha.

- a. Menciptakan tujuan yang jelas.
Tujuan yang jelas agar dapat menghasilkan ide-ide yang jelas juga. Setelah tujuan yang ditetapkan sudah jelas, kemudian fokus dalam melakukan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Ide-ide kreatif yang cemerlang tidak akan bernilai jika belum dilaksanakan atau di uji. Dengan demikian seorang wirausaha akan menjadi lebih kreatif dengan selalu menciptakan tujuan dan kegiatan untuk mencapai tujuan.
- b. Mempelajari kemampuan fundamental yang diperlukan.

Seorang yang kreatif selalu berusaha menyerap ilmu pengetahuan dan pengalaman sebanyak mungkin dibidang yang ia minati. Semakin banyak hal yang diketahui semakin mudah pula untuk menciptakan kreativitas yang bernilai jual yang tinggi.

c. Fokus pada satu aktivitas kreatif

Fokus pada kreatif dalam satu bidang sehingga dapat mengembangkan aktivitas kegiatan kreativitas tersebut. Misalnya kreatif dalam bidang kuliner. Aktivitas untuk menciptakan menu-menu baru agar menjadi kebiasaan dan dapat meningkatkan daya kreativitas.

d. Keluar dari zona nyaman

Zona nyaman dapat membunuh kreativitas seseorang karena merasa tidak menghadap kendala atau tantangan dalam aktivitas usahanya, Oleh karena itu pada saat terdesak untuk mendapatkan solusi atas masalah yang sedang dihadapi perlu membuat imajinasi dimana suatu keadaan dimana anda berada dalam kondisi terdesak dan kemudian tulislah apa yang ada dalm pikiran anda.Beberapa diantara imajinasi tersebut mungkin dapat menjadi ide kreatif andalan. Bila kebiasaan tersebut terus diulang, maka teratih dan terbiasa menciptakan aneka kreatif.

e. Biarkan pikiran bebas berimajinasi

Imajinasi seringkali memunculkan ide-ide sederhana, tetapi unik dan bernilai tinggi, Lauren Bacall mengatakan, "Imajinasi adalah layang-layang tertinggi yang mampu diterbangkan manusia"

f. Mencoba hal-hal baru untuk meningkatkan pengalaman

Lakukan setiap proses mencoba hal-hal baru itu sebagai sebuah permainan, sehingga membuat seseorang merasa senang melakukannya, serta lebih siap menerima kegagalan dan belajar dari kegiatan tersebut.

- g. Motivasi non material
Motivasi menjadikan seseorang mampu berfikir lebih jenius dan memiliki semangat lebih besar dalam berusaha. Motivasi yang didasari untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan untuk menanggapi tantangan dan berhasil menciptakan kreativitas bukan keinginan untuk mendapatkan imbalan atau karena kompetisi.
- h. Mengevaluasi ide sendiri secara jujur.
Meminta pendapat dan saran orang lain terutama dari mereka yang cukup ahli dibidang mereka dan tentunya dapat dipercaya. Bila selalu melakukan evaluasi atas kreativitas yang dihasilkan, maka dapat dipastikan anda akan mampu menghasilkan karya yang bernilai tinggi.

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif.

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan diri individu atau masyarakat. Oleh karena itu jika ingin mulai mewujudkan berwirausaha, hendaknya terlebih dahulu menjawab pertanyaan " Apakah yang menjadi kebutuhan masyarakat atau kebanyakan anggota masyarakat saat ini atau dimasa yang akan datang?". Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut diperlukan pengamatan lingkungan usaha secara keseluruhan yang meliputi faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi sosial dan geografi.

B. Sumber Ide dan Peluang

Agar ide potensial menjadi peluang bisnis nyata, wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus. Proses penjaringan ide merupakan salah satu cara untuk menuangkan ide yang potensial. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam melakukan penjaringan ide antara lain :

1. Menciptakan produk baru dan berbeda.
Produk baru atau jasa yang dibuat harus memiliki nilai bagi pembeli dan sesuai dengan perilaku konsumen di pasar, dengan memperhatikan permintaan barang yang dihasilkan, waktu penyerahan dan permintaan.
2. Mengamati pintu peluang
Dalam hal ini wirausaha harus dapat mengamati potensi-potensi yang dimiliki oleh pesaing seperti adanya kemungkinan pesaing mengembangkan produk baru, pengalaman keberhasilan dalam pengembangan produk baru dan yang paling penting adanya dukungan keuangan dan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki oleh pesaing. Kemampuan pesaing untuk mempertahankan posisi pasar dapat dievaluasi dengan mengamati kelemahan dan resiko pesaing dalam menanamkan modalnya.
3. Analisis produk dan proses produksi
Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai atau tidak.
4. Menaksir biaya yang dibutuhkan untuk usaha baru
5. Memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi.
Resiko teknik adalah kegagalan dalam proses pengembangan produk. Sedangkan resiko finansial adalah kegagalan yang timbul akibat

ketidacukupan dana. Resiko pesaing kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisi pasar adalah:

- a. Kesamaan dan keunggulan produk yang dikembangkan oleh pesaing
- b. Tingkat keberhasilan yang dicapai pesaing dalam pengembangan produknya
- c. Seberapa besar dukungan keuangan pesaing bagi pengembangan produk baru.

C. Identifikasi Ide dan Peluang Usaha

Sebelum menentukan suatu bidang usaha seorang wirausaha haruslah memperhatikan beberapa hal agar tidak terlalu besar resiko yang akan dihadapi, karena ini akan dijalani dalam jangka waktu yang cukup lama. Ada beberapa hal yang harus di perhatikan, yaitu :

1. Sesuaikan dan sesuaikan karakter usaha yang sesuai dengan karakter pribadi wirausaha.
2. Kenyataan menunjukan bahwa rasa suka pada usaha akan membuat seseorang lebih giat, tekun dan pantang menyerah dalam menjalankannya sehingga hasil yang di capai akan lebih baik.
3. Lihat apakah seorang wirausaha memiliki kemampuan diri yang terukur. Beberapa analisa dan riset sederhana mengenai usaha tersebut kemudian hasilnya dibandingkan dengan kemampuan

BAB IV

MOTIVASI DAN PRODUKTIVITAS KEWIRAUSAHAAN

A. Motivasi

Motivasi adalah suatu proses untuk mempengaruhi atau mendorong seseorang agar melakukan sesuatu yang diinginkan berdasarkan harapan sehingga sesuatu pekerjaan dapat terselesaikan secara efektif dan efisien. Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak. Berdasarkan pada kata dasarnya motif, motivasi yang ada pada seseorang merupakan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan - kegiatan tertentu guna mencapai tujuannya (Hasibuan, 2010:92).

Motivasi diartikan juga sebagai suatu kekuatan sumber daya yang menggerakkan dan mengendalikan perilaku manusia. Motivasi sebagai upaya yang dapat memberikan dorongan kepada seseorang untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki, sedangkan motif sebagai daya gerak seseorang untuk berbuat, karena perilaku seseorang cenderung berorientasi pada tujuan dan didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pekerjaan, motivasi merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong seseorang untuk bekerja. Motivasi mewakili proses-proses psikologi, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan - kegiatan sukarela yang diarahkan ke arah tujuan tertentu (Winardi, 2011:81).

Motivasi adalah faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu atau kondisi mental yang mendorong dilakukannya suatu tindakan (*action or activities*) dan memberikan kekuatan (*energy*) yang mengarah kepada

pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan. (www.wikipedia.co.id diakses 14 April 2012). Motivasi kewirausahaan adalah suatu keinginan yang mendorong kita untuk memutuskan untuk menjadi *entrepreneur*. Hendro (2011:174) mengungkapkan bahwa sumber energi yang dibutuhkan dalam kegiatan kewirausahaan atau kegiatan apapun adalah mempunyai semangat (ada harapan) dan gairah untuk mengerjakannya. Kedua-duanya adalah satu dan menjadi sumber energi (motivasi) dalam berwirausaha. Motivasi dapat menumbuhkan situasi kerja sama yang baik atau sebaliknya menumbuhkan situasi berkompetisi yang sehat. Seseorang dianggap mempunyai motivasi berprestasi tinggi, apabila ia mempunyai keinginan untuk berprestasi lebih baik daripada yang lain dalam berbagai situasi dan kekuasaan. Peran Motivator adalah upaya yang dilakukan untuk menyadarkan dan mendorong wirausahawan untuk mengenali potensi dan masalah, dan dapat mengembangkan potensinya untuk memecahkan permasalahan itu.

Studi yang dilakukan Russel M. Knight (dalam Lupiyoadi, 2007:20- 21) di Kanada menyimpulkan bahwa Seorang wirausaha utamanya tidak dimotivasi oleh *financial incentive*, tetapi oleh keinginan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang tidak sesuai, selain untuk menemukan arti baru bagi kehidupannya. Faktor motivasi tersebut yaitu pertama *The foreign refugee* yaitu peluang-peluang ekonomi di negara lain yang lebih menguntungkan sering kali mendorong orang untuk meninggalkan negaranya yang tidak stabil secara politis untuk berwirausaha di sana. Kedua, *The corporate refugee* yaitu pekerja-pekerja yang tidak puas dengan lingkungan perusahaannya merasa bahwa kepuasan kerjanya akan meningkat dengan memulai dan menjalankan bisnis sendiri. Ketiga, *The parental (paternal) refugee* maksudnya banyak individu yang memperoleh pendidikan dan pengalaman dari bisnis yang dibangun oleh keluarganya sejak

ia masih anak-anak. Mereka biasanya kemudian akan berusaha untuk mencoba bisnis lain daripada yang selama ini dikerjakan oleh keluarga. Keempat, *The feminist refugee*, artinya para wanita yang merasa telah mendapatkan perlakuan diskriminatif dibandingkan kaum laki-laki, baik dalam sistem pendidikan, lingkungan perusahaan, maupun dalam masyarakat, akan berusaha membuktikan bahwa dirinya mampu dengan mendirikan perusahaan sendiri. Kelima, *The housewife refugee*, para ibu rumah tangga yang pada awalnya sibuk mengurus anak dan rumah tangganya akan mencoba membantu suaminya dalam hal keuangan karena kebutuhan anak-anak yang makin dewasa makin besar. Mereka biasanya akan mencoba bisnis kecil-kecilan dengan dibantu oleh anggota keluarga lainnya. Keenam, *The society refugee* adalah anggota masyarakat yang tidak setuju dengan kondisi lingkungannya biasanya akan mencoba menjalankan usaha yang tidak terikat dengan lingkungan yang ada. Terakhir, *The educational refugee* artinya banyak orang yang gagal dalam studinya atau mereka yang tidak cocok dengan sistem pendidikan yang ada, menjadi terpacu untuk berwirausaha.

Sardiman (2007:73), menyebutkan motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Menurut Uno (2008:1), motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi yaitu faktor intrinsik yang terdiri kebutuhan, pengetahuan untuk kemajuan sendiri, aspirasi atau cita-cita dan faktor ekstrinsik yang terdiri dari ganjaran, hukuman, persaingan atau kompetisi. Motivasi yang timbul karena faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik memiliki indikator yaitu adanya hasrat dan

keinginan berhasil, adanya dorongan dan kebutuhan dalam berwirausaha, adanya harapan dan cita-cita masa depan, adanya penghargaan dalam berwirausaha, adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha.

Sarosa (Rosmiati, Junias, dan Munawar, 2015:22) motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu termasuk menjadi *young entrepreneur*. Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya.

Motivasi merupakan proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan (Robbins dan Timothy, 2009:222). Seseorang yang mempunyai motivasi tinggi akan berusaha melakukan yang terbaik, memiliki kepercayaan terhadap kemampuan untuk bekerja mandiri dan bersikap optimis, tidak cepat puas atas hasil yang telah diperoleh serta mempunyai tanggung jawab yang besar atas perbuatan yang dilakukan sehingga seseorang yang mempunyai motivasi yang tinggi pada umumnya akan lebih cepat meraih keberhasilan. Dalam hal ini motivasi yang tinggi dibutuhkan dalam meraih keberhasilan usaha.

Baum, Frese, and Baron (Rosmiati, Junias, dan Munawar, 2015:22) menjelaskan bahwa motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi menjadi *entrepreneur* adalah sesuatu yang melatar belakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis (Zimmerer, 2008).

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan motivasi adalah untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu, (Ngalim Purwanto,1998:73). Sedangkan fungsi motivasi menurut Sardiman A.M, (2009:85) ada tiga yaitu:

- a. Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi.
- b. Menentukan arah perbuatan, yaitu ke arah tujuan yang hendak dicapai.
- c. Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan.

Sedangkan menurut Oemar Hamalik, (2004:175) fungsi motivasi itu ialah :

- a. Mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan
- b. Sebagai pengarah, artinya mengarahkan perbuatan kepada pencapaian tujuan yang diinginkan.
- c. Sebagai penggerak, artinya sebagai penggerak dalam melakukan sesuatu yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa makin jelas tujuan yang diharapkan atau yang akan dicapai, makin jelas pula bagaimana tindakan motivasi itu dilakukan. Tindakan motivasi akan lebih berhasil jika tujuannya jelas dan didasari oleh perbuatan yang dimotivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang imotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.

McClelland dalam Alma (2006) menyatakan bahwa ada tiga motif sosial yang mempengaruhi tingkah laku seseorang jika ia berhubungan dengan orang lain di dalam suatu lingkungan yakni:

- a. Motif afiliasi (*affiliation motive*). Keinginan untuk bergaul dengan orang lain secara harmonis, penuh keakraban, dan disenangi. Orang ini akan berbahagia jika ia bisa diterima lingkungannya dan mampu membina hubungan yang harmonis dengan lingkungannya. Orang seperti ini biasanya merupakan teman yang baik dan menyenangkan.
 - b. Motif kekuasaan (*power motive*). Orang yang memiliki motivasi berkuasa tinggi suka menguasai dan mempengaruhi orang lain, ia mau orang lain melakukan apa yang diminta /diperintahkannya, ia cenderung tidak mempedulikan perasaan orang lain baginya keharmonisan bukanlah hal yang utama, ia memberikan bantuan kepada orang lain bukan atas dasar belas kasihan akan tetapi supaya orang yang dibantunya menghormati dan kagum kepadanya sehingga ia bisa menunjukkan kelebihannya kepada orang lain dan agar orang lain mau terpengaruh oleh mereka sehingga bisa diperintah dan diaturnya.
 - c. Motif berprestasi (*achievement motive*). Orang yang memiliki motif berprestasi fokus pada cara-cara untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi.
- Selain apa yang diuraikan tersebut diatas ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi adalah :
- a) Dorongan material
 - b) Kesempatan untuk mendapatkan kehormatan
 - c) Syarat-syarat pekerjaan yang di harapkan
 - d) Kebanggaan akan pekerjaan
 - e) Kesenangan individu dalam hubungan sosial dan organisasi

B. Produktivitas Kerja

Motivasi dan produktivitas adalah suatu bagian yang saling terkait antara satu dengan lainnya. Peningkatan motivasi kerja akan mempengaruhi peningkatan

produktivitas. Produktivitas tenaga kerja sangat tergantung pada satuan masukan yang diberikan oleh tenaga kerja dan satuan keluaran yang dihasilkan oleh tenaga kerja tersebut. Satuan masukan dan satuan keluaran pada produktivitas tenaga kerja hanya tenaga kerja itu sendiri dan hasilnya. Masalah produktivitas kerja tidak dapat terlepas dari hak setiap tenaga kerja untuk memperoleh kesempatan kerja demi kehidupan yang layak sebagai manusia.

Hasil produktivitas yang berkualitas dan harga yang terjangkau adalah sesuatu yang diinginkan bagi seorang wirausahawan, dengan harapan produk yang dihasilkan akan mampu terserap oleh pasar dengan cepat. Produktivitas yang baik dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ; pengetahuan, keterampilan, sikap dan tingkah laku.

Motivasi sangat memiliki peranan dalam peningkatan produktivitas namun tidak boleh dilakukan dengan konsep manajemen yang bersifat menekan atau memaksa, tetapi harus dilakukan secara terukur dan terkendali sesuai dengan perspektif perusahaan.

Pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur hasil (out put) dari produktivitas yaitu;

- a. Pendekatan produk, pendekatan yang melihat pada ukuran fisik yang dihasilkan oleh suatu perusahaan , seperti jumlah mobil yang mampu diproduksi dalam 1 (sat) tahun, jumlah rumah yang di bangun dalam 1 (satu) tahun dan lain-lain
- b. Pendekatan financial yaitu yang mampu di raih oleh suatu perusahaan dalam satu periode seperti; peningkatan penjuala yang tergambar dalam bentuk perolehan keuntungan.

Disamping itu ada beberapa faktor yang memengaruhi produktivitas kerja antara lain yang menyangkut kualitas dan kemampuan fisik karyawan, sarana pendukung, sarana dan prasarana, manfaat produktivitas.

BAB V

TEORI MOTIVASI DALAM DINAMIKA KEWIRAUSAHAAN

Motivasi adalah karakteristik psikologis manusia yang memberi kontribusi pada tingkat komitmen seseorang. Hal ini termasuk faktor-faktor yang menyebabkan, menyalurkan, dan mempertahankan tingkah laku manusia dalam arah tekad tertentu (Nursalam, 2008).

Kedudukan motivasi sejajar dengan isi jiwa sebagai cipta (kognisi), karsa (konasi), dan rasa (emosi) yang merupakan tridaya. Apabila cipta, karsa dan rasa yang melekat pada diri seseorang, dikombinasikan terhadap motivasi, dapat menjadi catur daya atau empat dorongan kekuatan yang dapat mengarahkan individu mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan. Uno, (2003:15) juga mengungkapkan bahwa motivasi merupakan dorongan dan kekuatan dalam diri seseorang untuk melakukan tujuan tertentu yang ingin dicapainya.

Motivasi adalah proses kesediaan melakukan usaha tingkat tinggi untuk mencapai sasaran organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan usaha tersebut untuk memuaskan kebutuhan sejumlah individu. Meskipun secara umum motivasi merujuk ke upaya yang dilakukan guna mencapai setiap sasaran, disini kita merujuk ke sasaran organisasi karena fokus kita adalah perilaku yang berkaitan dengan kerja (Robbins & Coulter, 2007).

Oleh sebagian besar ahli, proses motivasi diarahkan untuk mencapai tujuan. Tujuan atau hasil yang dicari karyawan dipandang sebagai kekuatan yang bisa menarik orang. Memotivasi orang adalah proses manajemen untuk mempengaruhi tingkah laku manusia berdasarkan

pengetahuan mengenai apa yang membuat orang tergerak (Suarli dan Bahtiar, 2010).

Menurut Suarli dan Bahtiar (2010), menurut bentuknya motivasi terdiri atas:

- a. Motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang datang dari dalam diri individu.
- b. Motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi yang datang dari luar diri individu.
- c. Motivasi terdesak, yaitu motivasi yang muncul dalam kondisi terjepit dan munculnya serentak serta menghentak dan cepat sekali.

A. Teori-Teori Awal Tentang Motivasi

1. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Teori motivasi yang paling dikenal mungkin adalah Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow. Maslow adalah psikolog humanistik yang berpendapat bahwa pada diri tiap orang terdapat hierarki lima kebutuhan.

- a. Kebutuhan fisik: makanan, minuman, tempat tinggal, kepuasan seksual, dan kebutuhan fisik lain.
- b. Kebutuhan keamanan: keamanan dan perlindungan dari gangguan fisik dan emosi dan juga kepastian bahwa kebutuhan fisik akan terus terpenuhi.
- c. Kebutuhan sosial: kasih sayang, menjadi bagian dari kelompoknya, diterima oleh teman-teman dan persahabatan.
- d. Kebutuhan harga diri: faktor harga diri internal, seperti penghargaan diri, otonomi, pencapaian prestasi dan harga diri eksternal seperti status, pengakuan, dan perhatian.

- e. Kebutuhan aktualisasi diri: pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang, dan pemenuhan diri sendiri; dorongan untuk menjadi apa yang dia mampu capai.

Menurut Maslow, jika ingin memotivasi seseorang kita perlu memahami ditingkat mana keberadaan orang itu dalam hierarki dan perlu berfokus pada pemuasan kebutuhan pada atau diatas tingkat itu (Robbins & Coulter, 2007)

2. Teori X dan Y McGregor

Douglas McGregor terkenal karena rumusannya tentang dua kelompok asumsi mengenai sifat manusia: Teori X dan Teori Y. Teori X pada dasarnya menyajikan pandangan negatif tentang orang. Teori X berasumsi bahwa para pekerja mempunyai sedikit ambisi untuk maju, tidak menyukai pekerjaan, ingin menghindari tanggung jawab, dan perlu diawasi dengan ketat agar dapat efektif bekerja. Teori Y menawarkan pandangan positif. Teori Y berasumsi bahwa para pekerja dapat berlatih mengarahkan diri, menerima dan secara nyata mencari tanggung jawab, dan menganggap bekerja sebagai kegiatan alami. McGregor yakin bahwa asumsi Teori Y lebih menekankan sifat pekerja sebenarnya dan harus menjadi pedoman bagi praktik manajemen (Robbins & Coulter, 2007).

3. Teori Motivasi Higienis Herzberg

Teori ini menyatakan bahwa kepuasan dan ketidak-puasan seseorang dipengaruhi oleh dua kelompok faktor independen yakni faktor-faktor penggerakan motivasi dan faktor-faktor pemelihara motivasi. Menurut Herzberg, karyawan memiliki rasa kepuasan kerja dalam pekerjaannya, tetapi faktor-

faktor yang menyebabkan kepuasan berbeda dibandingkan dengan faktor-faktor ketidakpuasan kerja. Rasa kepuasan kerja dan rasa ketidakpuasan kerja tidak berada dalam satu kontinum. Lawan dari kepuasan adalah tidak ada kepuasan kerja sedangkan lawan dari ketidakpuasan kerja adalah tidak ada ketidakpuasan kerja (Robbins, 2003).

Faktor-faktor yang merupakan penguasa motivasi (faktor-faktor intrinsik) ialah:

- a. Pengakuan (*cognition*), artinya karyawan memperoleh pengakuan dari pihak perusahaan bahwa ia adalah orang, berprestasi, baik, diberi penghargaan, pujian, dimanusiakan, dan sebagainya.
- b. Tanggung jawab (*responsibility*), artinya karyawan disertai tanggung jawab dalam pekerjaan yang dilaksanakannya, tidak hanya semata-mata melaksanakan pekerjaan.
- c. Prestasi (*achievement*), artinya karyawan memperoleh kesempatan untuk mencapai hasil yang baik atau berprestasi.
- d. Pertumbuhan dan perkembangan (*growth and development*), artinya dalam setiap pekerjaan itu ada kesempatan bagi karyawan untuk tumbuh dan berkembang.
- e. Pekerjaan itu sendiri (*job it self*), artinya memang pekerjaan yang dilakukan itu sesuai dan menyenangkan bagi karyawan.

Adapun faktor-faktor pemelihara motivasi (faktor-faktor ekstrinsik) ialah:

- a. Gaji (*salary*) yang diterima karyawan
- b. Kedudukan (status) karyawan
- c. Hubungan antar pribadi dengan teman sekerja, atasan atau bawahan
- d. Penyeliaan (*supervisi*) terhadap karyawan

- e. Kondisi tempat kerja (*working condition*)
- f. Keselamatan kerja (*job safety*)
- g. Kebijakan dan administrasi perusahaan, khususnya dalam bidang personalia

Menurut Herzberg, meskipun faktor-faktor pendorong motivasi baik keadaannya (menurut penilaian karyawan), tetapi jika faktor-faktor pemeliharaan tidak baik keadaannya, tidak akan menimbulkan kepuasan kerja bagi karyawan. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan motivasi dengan cara perbaikan faktor-faktor pemeliharaan, baru kemudian faktor-faktor pendorong motivasi (Robbins, 2003).

B. Teori Motivasi Modern

1. Teori Tiga Kebutuhan

David McClelland menyebutkan ada tiga kelompok motivasi kebutuhan yang dimiliki seseorang yaitu kebutuhan berprestasi, kebutuhan kekuasaan, dan kebutuhan afiliasi. Kebutuhan prestasi (*achievement*) yaitu adanya keinginan untuk mencapai tujuan yang lebih baik daripada sebelumnya. Hal ini dapat dicapai dengan cara merumuskan tujuan, mendapatkan umpan balik, memberikan tanggung jawab pribadi, dan bekerja keras. Kebutuhan kekuasaan (*power*) artinya yaitu adanya kebutuhan kekuasaan yang mendorong seseorang bekerja sehingga termotivasi dalam pekerjaannya. Cara bertindak dengan kekuasaan tergantung kepada pengalaman masa kanak-kanak, kepribadian, pengalaman kerja, dan tipe organisasi.

Kebutuhan afiliasi artinya kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain. Hal ini dapat dicapai dengan cara bekerja sama dengan orang lain, dan sosialisasi (Ishak, dkk, 2003).

2. Teori Penentuan Sasaran

Teori penentuan sasaran ini menyatakan bahwa orang akan bekerja lebih baik jika mereka mendapatkan umpan balik mengenai sejauh mana mereka maju menuju sasaran, karena umpan balik membantu mengidentifikasi kesenjangan antara apa yang telah mereka lakukan dan apa yang ingin mereka lakukan. Selain umpan balik, ada tiga faktor lain telah yang mempengaruhi hubungan sasaran kinerja. Faktor-faktor itu mencakup komitmen pada sasaran,

kemampuan diri yang memadai, dan budaya nasional. Teori penentuan sasaran mensyaratkan bahwa individu berkomitmen pada sasaran tadi artinya individu berniat tidak menurunkan atau meninggalkan sasaran tadi. Komitmen sangat cenderung terjadi jika sasaran itu diumumkan, jika individu tersebut mempunyai tempat kendali internal dan jika sasaran itu ditentukan sendiri, bukan diberikan. Efektifitas diri merujuk ke keyakinan seseorang bahwa ia mampu melaksanakan tugas tertentu. Semakin tinggi efektifitas diri kita, semakin yakin kita akan kemampuan berhasil pada tugas tertentu. Jadi dalam situasi-situasi sulit, kami menemukan bahwa orang yang rendah efektivitas dirinya lebih cenderung mengurangi usaha mereka atau sepenuhnya menyerah kalah, sedangkan orang-orang yang tinggi efektifitas dirinya akan berusaha lebih keras, mengatasi tantangan itu (Robbins & Coulter, 2007).

3. Teori Penguatan

Teori penguatan menunjukkan bagaimana konsekuensi tingkah laku dimasa lampau akan mempengaruhi tindakan dimasa depan dalam proses

belajar. Menurut teori penguatan, seseorang akan termotivasi jika dia memberikan respons rangsangan pada pola tingkah laku yang konsisten sepanjang waktu (Nursalam, 2007). Teori penguatan mengatakan bahwa perilaku adalah fungsi dari akibat. Teori penentuan sasaran menyatakan bahwa maksud individu mengarahkan perilakunya. Teori penguatan mengatakan bahwa perilaku itu ditimbulkan dari luar. Apa yang mengendalikan perilaku adalah penguat, akibat yang bila diberikan dengan segera setelah perilaku tertentu dilakukan, meningkatkan kemungkinan bahwa perilaku tersebut akan diulang (Robbins & Coulter, 2007). Berlawanan dengan teori penentuan sasaran, kunci teori penguatan ialah mengabaikan faktor-faktor seperti sasaran, harapan, dan kebutuhan. Sebagai gantinya, teori itu hanya memusatkan perhatian pada apa yang terjadi dengan seseorang ketika ia mengambil tindakan tertentu (Robbins & Coulter, 2007). Berdasarkan teori penguatan, para manajer dapat mempengaruhi perilaku karyawan dengan memperkuat tindakan yang mereka anggap menguntungkan. Namun, karena penekanan itu terletak pada penguatan positif, bukan hukuman, para manajer seharusnya mengabaikan, bukannya menghukum perilaku yang tidak menguntungkan. Meskipun hukuman lebih cepat menghilangkan perilaku yang tidak diinginkan dibanding tindakan bukan penguatan, dampak hukuman itu sering hanya sementara dan dikemudian hari akan mempunyai efek samping yang tidak menyenangkan, seperti perilaku disfungsi berupa konflik di tempat kerja, ketidakhadiran, dan tingkat keluar masuknya karyawan (Robbins & Coulter, 2007).

4. Teori Kesetaraan

Teori kesetaraan yang dikembangkan oleh Stacey Adams mengatakan bahwa para karyawan melihat (mempersepsikan) apa yang mereka peroleh dari situasi (hasil) pekerjaan untuk dikaitkan dengan apa yang mereka masukkan ke pekerjaan itu (input) kemudian membandingkan rasio input-hasil mereka dengan rasio input-hasil orang lain yang relevan. Jika seorang karyawan menganggap rasio dirinya sama dengan rasio orang lain yang relevan itu, timbul keadaan setara. Dengan kata lain, dia melihat bahwa situasi dirinya itu adil. Namun, seandainya rasio itu tidak sama maka timbulah ketidaksetaraan dan dia menganggap dirinya kurang dihargai atau terlampaui dihargai. Jika timbul ketidaksetaraan, para karyawan berusaha melakukan sesuatu mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, hal-hal yang dapat dilakukan karyawan antara lain mengubah input maupun hasil mereka sendiri atau orang lain, berperilaku sedemikian rupa untuk mendorong orang lain mengubah input atau hasil mereka, berperilaku sedemikian rupa untuk mengubah input atau hasil mereka sendiri, memilih orang yang berbeda-beda sebagai pembanding, atau meninggalkan pekerjaan mereka (Robbins & Coulter, 2007). Kesimpulannya teori kesetaraan menunjukkan bahwa bagi kebanyakan karyawan, motivasi sangat dipengaruhi oleh imbalan relatif dan juga imbalan absolut meski beberapa hal utama masih tetap tidak jelas (Robbins & Coulter, 2007).

5. Teori Pengharapan

Teori ini menyatakan cara memilih dan bertindak dari berbagai alternatif tingkah laku berdasarkan harapannya apakah ada keuntungan yang

diperoleh dari tiap tingkah laku. Teori pengharapan berpikir atas dasar:

- a. Harapan hasil prestasi. Individu mengharapkan konsekuensi tertentu dari tingkah laku mereka. Harapan ini nantinya akan mempengaruhi keputusan tentang bagaimana cara mereka bertingkah laku.
- b. Valensi. Hasil dari suatu tingkah laku tertentu mempunyai valensi atau kekuatan untuk memotivasi. Valensi ini bervariasi dari satu individu ke individu yang lain.
- c. Harapan prestasi usaha. Harapan orang mengenai tingkat keberhasilan mereka dalam melaksanakan tugas yang sulit akan berpengaruh pada tingkah laku. Tingkah laku seseorang sampai tingkat tertentu akan tergantung pada tipe hasil yang diharapkan (Nursalam, 2007).

Kunci teori pengharapan adalah memahami sasaran seseorang dan kaitan antara usaha dan kinerja, antara kinerja dan imbalan, dan akhirnya antara imbalan dan kepuasan kerja orang tersebut. Teori ini menekankan hasil atau imbalan. Akibatnya, kita harus berkeyakinan bahwa imbalan yang ditawarkan oleh organisasi itu sesuai dengan keinginan individu tersebut. Teori pengharapan menyatakan bahwa tidak ada prinsip universal yang mampu menjelaskan apa yang memotivasi individu dan karena itu menekankan bahwa para manajer harus memahami mengapa karyawan melihat hasil tertentu menarik atau tidak (Robbins & Coulter, 2007).

Motivasi kerja adalah suatu kondisi yang berpengaruh untuk membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja (Nursalam, 2008). Lebih lanjut,

dijelaskan prinsip-prinsip dalam memotivasi karyawan yaitu:

- a. Prinsip partisipatif. Dalam upaya memotivasi kerja, pegawai perlu diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.
- b. Prinsip komunikasi. Pemimpin mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas. Dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- c. Prinsip mengakui andil bawahan. Pemimpin mengakui bahwa bawahan (pegawai) mempunyai andil didalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- d. Prinsip pendelegasian wewenang. Pemimpin akan memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai bawahan untuk sewaktu-waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, akan membuat yang bersangkutan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.
- e. Prinsip memberi perhatian. Pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai bawahannya, sehingga bawahan akan termotivasi bekerja sesuai dengan harapan pemimpin.

BAB VI

BUSINESS PLAN

Untuk membangun dan mengembangkan suatu usaha yang baik dibutuhkan *business plan* (perencanaan bisnis) yang matang. Dalam ilmu manajemen disebutkan bahwa perencanaan (planning) merupakan dasar pijakan dari langkah-langkah selanjutnya. Kualitas pekerjaan sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan yang dibangun. Beberapa bukti nyata telah memperlihatkan bahwa perusahaan yang tumbuh menjadi besar hingga bersifat multinasional terjadi karena bagus, sistematis, dan komprehensifnya perencanaan yang dibangun.

Seorang wirausahawan sebaiknya memahami konsep business plan. Sebuah business plan yang baik sebaiknya dibuat hasil diskusi dengan berbagai pihak yang memiliki latar belakang keahlian dalam bidang usaha tersebut. Dengan tujuan agar hasil pembuatan business plan memiliki nilai pertanggungjawaban yang bias dipertanggung jawabkan secara jangka panjang.

A. Defenisi Business Plan

Business plan adalah suatu rangka kerja yang menjelaskan setiap bagian bisnis yang dikerjakan semenjak dari awal hingga akhir. Serta dengan memasukkan berbagai kejadian -kejadian yang harus di antisipasi jika ada hal-hal yang tidak diinginkan, sehingga sebuah business plan dibuat dengan mengacu kepada kondisi-kondisi yang dianggap realitas atau layak untuk diterapkan.

B. Business Plan Dalam Kewirausahaan

Untuk memiliki sebuah bisnis yang berkualitas dan bernilai saing tinggi maka bisnis tersebut sebaiknya dibangun dengan perencanaan yang matang, salah satu mekanisme untuk membangun perencanaan bisnis yang matang adalah dengan memiliki business plan. Dalam bahasa umum masyarakat sering melihat ada suatu hubungan antara *business plan* dan *blue print* (cetak biru) atau *master plan* dalam bisnis di sering disebut dengan *business plan*.

C. Tujuan pembuatan Business Plan

Seorang wirausahawan sebaiknya memiliki business plan karena memiliki beberapa alasan antara lain:

1. Business plan merupakan blue print yang diikuti dalam operasional bisnis agar tetap kreatif dan konsentrasi pada tujuan yang telah ditetapkan
2. Merupakan alat untuk mencari dana, sehingga berhasil dalam bisnis.
3. Merupakan alat komunikasi yang dapat menarik orang lain, pemasok, konsumen, penyandang dana karena business plan membuat mereka mengerti tujuan dan cara operasional bisnis
4. Ini membuat anda sebagai manajer, karena dapat mengetahui langkah-langkah praktis menghadapi dunia persaingan, membuat promosi sehingga lebih efektif
5. Membuat pengawasan lebih mudah dalam operasionalnya, apakah mengikuti atau sesuai dengan rencana atau tidak.

Rencana bisnis yang ditulis oleh wirausahawan baru merupakan resep yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Proses perencanaan memaksa wirausahawan untuk bertanya dan menjawab berbagai pertanyaan yang sukar, menantang dan genting

Dengan menjawab berbagai pertanyaan penting maka diharapkan tersusun business plan yang baik akan terhindar dari business plan yang kurang baik, seperti dampak negative dari business yang kurang baik.

Business plan yang kurang baik akan menyebabkan kegagalan di kemudian hari karena beberapa faktor:

1. Tujuan yang ditetapkan oleh pengusaha kurang masuk akal, dan kurang bertanggung jawab
2. Pengusaha tidak memiliki pengalaman dalam perencanaan bisnis
3. Pengusaha tidak dapat menangkap ancaman dan kelemahan bisnisnya sendiri
4. Konsumen tidak mengharapkan adanya barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

D. Bentuk Format Business Plan

Business plan disusun sebaiknya berdasarkan referensi dan pengalaman (reference and experience) dari wirausahawan yang terlebih dahulu mengembangkan usahanya yang sejenis agar dapat membantu untuk terciptanya suatu usaha yang memiliki kompetitif di pasar. Isi dari pada business plan adalah:

1. Kulit depan /cover judul
2. Ringkasan eksekutif sejarah/latar belakang bisnis
3. Deskripsi tentang bisnis apa yang dilakukan
4. Deskripsi tentang pasar
5. Deskripsi tentang produk/komoditi yang akan diusahakan
6. Susunan pengurus dan kepemimpinan
7. Objectives dan goals
8. Gambaran keuangan

9. Lampiran

Business plan yang kurang baik akan menyebabkan kegagalan di kemudian hari karena beberapa faktor

- a) Tujuan yang ditetapkan oleh pengusaha kurang masuk akal, pengusahakurang tanggung jawab
- b) Pengusaha tidak memiliki pengalaman dalam perencanaan bisnis
- c) Pengusaha tidak dapat menangkap ancaman dan kelemahan bisnisnya sendiri
- d) Konsumen tidak mengharapkan adanya barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

E. Business Plan dalam bentuk Perencanaan Keuangan

Hal yang penting dalam penyusunan business plan adalah penyusunan rencana keuangan, yang biasanya kegagalan suatu usaha disebabkan karena kurang memahami mengelola dan merencanakan keuangan.

Perencanaan keuangan merupakan suatu ilmu yang menempatkan kajian tentang keuangan dengan menempatkan berbagai atribut keuangan secara terkonsep dan sistematis untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Jangka pendek biasanya selama 1 (satu) tahun, sedangkan jangka panjang selama 2-5 tahun.

Dalam merencanakan keuangan secara umum ada (tiga) bentuk kategori yaitu:

1. Perencanaan keuangan jangka pendek yang di buat untuk jangka waktu 1 tahun.
2. Perencanaan jangka menengah yang di buat dalam waktu 1 - 5 tahun.
3. Perencanaan jangka panjang yang di buat dalam waktu di atas 5 tahun, bahkan ada 10, 15 atau untuk 25 tahun

Untuk membuat suatu bisnis yang baik dan sempurna maka diperlukan pekerjaan yang dilakukan secara bertahap. Disetiap tahap dapat di lihat dan di nilai kualitas pekerjaannya. Disisi lain pembuatan perencanaan secara bertahap seorang wirausahawan juga dapat melakukan pengawasan dari setiap biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu sangatlah penting bagi para wirausahawan memahami dengan baik apa yang menjadi tujuan dari pembuatan perencanaan dan pengendalian tersebut, yaitu:

- a. Suatu perencanaan dan pengendalian keuangan disusun seta di konsep dengan tujuan untuk memperkecil resiko yang akan terjado di kemudian hari.
- b. Suatu perencanaan dan pengendalian keuangan yang di buat harus didasrkan atas konsep target atau prioritas yang ingin di bangun
- c. Suatu perencanaan dan pengendalian keuangan yang dikonsep secara baik serta dijalankan dengan benar dan mampu memberikan keyakinan kepada pemegang saham, kreditur dan lain-lainnya
- d. Suatu perencanaan dan pengendalian keuangan yang baik mampu memberikan kekuatan deteksi kepada berbagai peristiwa yang terjadi atau perencanaan hendaknya dapat menjawab tindakan-tindakan apa yang sebaiknya diambil dalam kondisi tertentu

BAB VII

ETIKA BISNIS

A. Etika Bisnis

Pengertian etika adalah *a code or set of principles which people live* (kaedah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia). Etika bisnis adalah istilah yang sering dipakai untuk menunjukkan perilaku seorang manajer atau karyawan suatu organisasi, etika juga kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai moral norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Apabila entrepreneur diposisikan sebagai suatu profesi, yaitu profesi bisnis, berarti seorang pebisnis mempunyai status professional.

Salah satu sikap professional adalah menjalankan aktivitas atau pekerjaan dengan suatu tuntunan moral yang sangat tinggi dan mempunyai suatu komitmen dalam dirinya, dalam arti kata memahami kata "baik" dan "benar". Setiap profesi harus mengacu kepada aturan main atau pedoman dalam menjalankan profesinya yang lebih dikenal dengan kode etik.

Ada beberapa definisi yang perlu diketahui menyangkut etika profesi antara lain:

- a. Etika (Ethics): Mengacu pada norma moral, mengacu pada norma sikap dari kelompok tertentu atau seprofesi. Etika berarti mengacu pada rambu-rambu prinsip moral yang menyeluruh, terutama rambu-rambu profesi tertentu. Sesuatu dapat saja tidak etis, tetapi tidak melanggar hukum. Etika sering diartikan sama dengan moral, sekalipun kedua istilah tersebut memiliki sedikit perbedaan. Etika lebih berkaitan

dengan kepatutan, sedangkan moral lebih berkaitan dengan tindakan kejahatan.

- b. Moral: berhubungan dengan berurusan atau mampu membedakan antara yang benar dan salah dalam suatu tindakan. Kata ini berarti mengacu pada standar yang diakui mengenai sikap yang benar dan baik, karakter atau sikap. Tindakan yang sesuai dengan norma disebut tindakan bermoral yang baik dan sebaliknya yang tidak sesuai dengan norma disebut bermoral buruk atau immoral, bukan amoral. Amoral berarti tindakan yang tidak ada sangkut pautnya dengan moralitas, jadi bersifat netral.
- c. Integritas: Kualitas atau keadaan prinsip moral yang kuat; kebenaran, kejujuran dan ketulusan.
- d. Legal: Mengacu pada undang-undang yang positif oleh undang-undang. Kata legal mempunyai hubungan literal atau mengacu pada undang-undang atau aturan umum atau pelaksanaan.
- e. Norma: Suatu system nilai, sebagai suatu kebiasaanhidup yang baik, yang diwariskan melalui agama dan kebudayaan dalam bentuk aturan, yang diharapkan menjadi pegangan individu yang menganut agama dan kebudayaan tersebut.

Kode etik biasanya dibuat oleh organisasi profesi sejenis, dan akan terkait dengan etika yang harus diperhatikan seorang professional dalam menjalankan profesinya. Supaya jangan terjerumus dalam citra pribadi yang buruk dari seorang professional dan jangan sampai merugikan pihak lain. Masing-masing organisasi profesi mempunyai kode etik, misalnya kode etik Kedokteran yang ada pada organisasi Ikatan Dokter Indonesia, Kode etik Konsultan yang ada pada organisasi Konsultan Indonesia (Inkindo)

Kode etik di buat untuk pegangan seseorang professional yaitu dengan maksud:

- a. Sebagai acuan etika ketika seorang professional menjalankan tugas profesi.
- b. Menjaga harkat dan martabat profesi dan professional.
- c. Menjaga agar jangan ada persaingan yang tidak sehat di antara sesama professional sejenis yang dapat merugikan sesama.
- d. Menjaga agar jangan timbul ekses-ekses dalam bentuk apapun akibat tindakan perilaku professional sewaktu menjalankan tugas profesinya.
- e. Melindungi para anggota organisasi profesi dari perlakuan yang tidak baik dan tidak adil dari pihak manapun pada saat menjalankan tugas profesi.
- f. Dapat dipahami dan dijalankan dengan sebaik-baiknya oleh para professional, melalui penerangan, penataran atau pelatihan yang menyangkut kode etik profesi yang diberukan organisasi profesi.
- g. Memberikan sanksi bagi anggota organisasi profesi yang melakukan pelanggaran. Sanksi dapat berupa peringatan, sanksi administrative, sampai pemberhentian dari keanggotaan
- h. Sebagai suatu tanggung jawab moral seorang professional dalam menjalankan tugasnya.

Seorang entrepreneur haruslah memiliki etika bisnis dalam menjalankan profesinya, karena menyangkut berbagai pihak dan kepentingan orang banyak, bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata. Bisnis hendaknya dikembangkan sebagai profesi yang luhur yang harus tetap dijaga, karena bisnis mempunyai tujuan dan usaha untuk mengangkat harkat dan martabat manusia. Siapa saja yang terlibat dalam tindakan bisnis antara lain:

- a. Pelaku bisnis yang memiliki visi, melakukan perencanaan, melaksanakan tujuan-tujuan perusahaan, mengambil keputusan dan tindakan. Termasuk didalamnya para eksekutif, manajer dan karyawannya.
- b. Pemegang saham yang memiliki modal di dalam perusahaan, baik perorangan, Negara, yayasan, publik dan sebagainya
- c. Mitra bisnis, seperti konsumen, pembeli, penyalur, investor bank, masyarakat, subkontraktor, pemasok dan relasi bisnis lainnya.
- d. Lingkungan alam, seperti hutan, sungai, danau, laut, udara, gunung, pantai dan sebagainya.
- e. Pemerintah sebagai regulator, fasilitator, pelaksana hukum dan pemungut pajak, bea masuk, cukai dan sebagainya.

Dalam menjaga keselarasan para pelaku bisnis menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis menghadapi beberapa kendala yaitu:

- a. Standar moral para pelaku bisnis yang masih rendah dibuktikan dengan masih banyaknya praktik bisnis yang menghalalkan segala cara.
- b. Banyak perusahaan tingkat korporat-baik swasta, BUMN, maupun koperasi yang dijalankan bukan oleh pemilik atau pendirinya karena berbagai sebab.
- c. Kondisi politik, ekonomi dan perilaku para pejabat dan aparat pemerintah belum menunjang untuk tumbuhnya para pebisnis yang menjunjung tinggi etika bisnis karena budaya KKM yang masih kental
- d. Belum adanya organisasi bisnis yang dapat membentuk kode etik sekaligus menegakannya, seperti yang sudah terjadi pada profesi-profesi lain yang sudah terwadahi.

- e. Banyak asosiasi bisnis yang dibentuk hanya terfokus pada kegiatan para anggota asosiasi, tetapi belum membahas, menyusun dan menegakkan kode etik bisnis.
- f. Masyarakat sebagai konsumen yang dirugikan belum banyak yang kritis atau belum tahu bagaimana caranya melindungi dan melakukan tuntutan terhadap perlakuan pengusaha yang melanggar etika bisnis atau UU yang berlaku.

Adapun prinsip dan etika bisnis sebagai berikut

- a) Kejujuran
- b) Integrasi
- c) Memelihara janji
- d) Kesetiaan
- e) Kewajaran atau keadilan
- f) Suka membantu orang lain
- g) Hormat kepada orang lain
- h) Warga negara yang bertanggung jawab
- i) Mengejar keunggulan
- j) Dapat dipertanggung jawabkan

Dalam kehidupan sehari-hari dalam berbisnis etika bisnis harus tetap dijaga agar hubungan dengan pelanggan tetap terjalin dengan harmonis. Berikut cara mempertahankan standar etika, yaitu :

- a) Ciptakan kepercayaan perusahaan.
- b) Kembangkan kode etik.
- c) Jalankan kode etik secara adil dan konsisten.
- d) Lindungi hak perorangan.
- e) Adakan pelatihan etika.
- f) Lakukan audit etika secara periodik.
- g) Pertahankan standar tinggi tentang tingkah laku.
- h) Hindari contoh etika yang tercela.

- i) Ciptakan budaya yang menekankan komunikasi dua arah.
- j) Libatkan karyawan mempertahankan syandar etika.

B. Etika Bisnis dalam Islam

Kegiatan bisnis dalam kacamata islam, bukanlah kegiatan yang boleh dilakukan dengan sesuka hati. Islam memberikan rambu-rambu atau pedoman dalam melakukan kegiatan usaha. Faktanya terdapat ancaman keras bagi mereka sebagai pelaku bisnis yang tidak memperhatikan etika dan janji merupakan suatu keutamaan yang besar bagi mereka yang benar-benar menjaga dirinya dari hal-hal yang diharamkan.

Dalam paradigma islam tentang etika bisnis merupakan landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim yaitu adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan, manusia dengan Tuhannya, yang dalam hal ini biasa kita sebut dengan istilah (hablum minallah wa hablulmminannas). Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran "pihak ketiga" (Tuhan) di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini merupakan bagian integral pada setiap muslim dalam melakukan usaha.

Dalam pelaksanaan bisnis secara islam dapat digambarkan prinsip-prinsip yang harus dipegang oleh wirausaha muslim yaitu:

a. Niat yang ikhlas

Keikhlasan adalah perkara yang amat menentukan. Dengan niat yang ikhlas semua bentuk pekerjaan yang berbentuk kebiasaan bisa bernilai ibadah. Dengan kata lain aktivitas usaha yang dilakukan bukan semata-matta urusan harta dan perut tetapi berkaitan erat dengan urusan akhirat.

b. Akhlak yang mulia

Menjaga setiap tingkah laku dalam melakukan transaksi adalah prinsip penting bagi seorang wirausaha muslim, karena dalam agama islam sangat menekankan perilaku (akhlak) yang baik dalam setiap kesempatan, termasuk dalam bisnis. Akhlak yang mulia dalam berbisnis di tekankan oleh Rasulullah dan beliau bersabda " Semoga Allah memberi rahmatNya kepada orang suka memberi kelonggaran kepada orang lain ketika menjual, memmbeli atau menagih hutang" (Shahih Bukhari). Selain itu menepati janji, jujur dan memenuhi hak orang lain serta bersikap toleran juga merupakan akhlak yang mulia.

c. Usaha yang halal

Seorang wirausaha muslim tentunya tidak ingin jika darah dagingnya yang tumbuh dari barangyang haram, karena ia tak ingin memberi keluarganya makan dari sumber yang haram. Dengan begitu ia akan selalu berhati-hati dan berusaha sebatas yang diperbolehkan oleh Allah dan Rasulnya.

d. Menunaikan hak

Seorang wirausaha muslim selayaknya menunaikan hak orang lainnya seperti menunaikan haknya sendiri seperti, mendapatkan gaji, tidak menunda pembayaran hutang, dan yang terpenting dalam hal pembayaran zakat yang merupakan kewajiban seorang muslim, juga pembayaran hak-hak orang lain yang telah disepakati sesuai dengan perjanjian

e. Menghindari riba

Seorang wirausaha muslim tentunya meyakini baahwa riba termasuk salah satu dosa besar, bahkan ancamannya sangat keras, maka wirausaha muslim akan berusaha keras untuk tidak teribat sedikitpun dalam kegiatan usaha yang

- f. Tidak memakan harta orang lain dengan cara bathil
Tidak halal bagi seorang muslim untuk mengambil harta orang lain secara tidak sah. Allah telah melarang hal ini dengan tegas. Segala kegiatan yang menimbulkan kerugian bagi orang lain yang menjadi rekanan bisnisnya, baik itu dengan cara riba, judi, kamufase harga, menyembunyikan cacat barang atau produk, menimbun, menyuap, bersumpah palsu dan sebagainya.
- g. Komitmen terhadap peraturan dalam bingkai syari'at
Seorang wirausaha muslim tidak akan membiarkan dirinya terkena sanksi hukuman undang-undang hukum positif yang berlaku di tengah masyarakat seperti dalam hal pajak, rekening, membenahi sistem akuntansi agar tidak terkena sanksi karena melanggar hukum. Hal ini dilakukannya bukan untuk menetapkan adanya hak yang membuat hukum kepada manusia, tetapi semata-mata untuk mengokohkan kewajiban yang diberikan oleh Allah padanya dan mencegah terjadinya kerusakan yang mungkin akan timbul.
- h. Tidak membahayakan/merugikan orang lain
Rasulullah telah memberikan kaidah yang penting dalam mencegah hal-hal yang membahayakan. Dengan sabdanya "tidak dihalalkan melakukan bahaya atau hal yang membahayakan orang lain (Irwa'ul Ghalil). Termasuk kategori membahayakan orang lain adalah menjual barang yang mengancam kesehatan orang lain seperti obat-obatan terlarang, narkotika, makanan yang kadaluarsa.
- i. Loyal terhadap orang beriman.
Setiap orang wirausaha muslim merupakan bagian dari umat islam, sehingga selayaknya ia melakukan hal-hal yang membantu kokohnya pilar-pilar masyarakat islam dalam skala internasional, regional

ataupun lokal. Seorang wirausaha muslim tidak pantas bekerjasama dengan pihak yang nyata-nyata menunjukkan permusuhannya terhadap umat islam. Ini merupakan bagian dari prinsip Al Wala' (loyalitas) dan Al Bara' (berlepas diri) yang merupakan bagian dari akidah islam

- j. Mempelajari hukum dan adab mu'amalah islam
Seperti diketahui bahwa dunia bisnis merupakan interaksi dari berbagai tipe manusia sangat berpotensi menjerumuskan para pelakunya kedalam hal-hal yang diharamkan, baik karena didesak oleh kebutuhan perut, diajak bersekongkol dengan orang lain secara tidak sah atau karena ketatnya persaingan yang membuat seorang wirausaha melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama.

Sebagai konsekwensi pentingnya kegiatan wirausaha, islam menekankan pentingnya pembangunan dan penegakan budaya kewirausahaan dalam kehidupan sosial muslim. Budaya kewirausahaan muslim itu bersifat manusiawi dan religious, berbeda dengan budaya profesi lainnya. Seorang wirausaha muslim akan memiliki sifat-sifat dasar yang mendorongnya untuk menjadi pribadi yang kreatif dan handal dalam menjalankan usahanya atau menjalankan aktivitas pada perusahaan di tempatnya bekerja. Disamping itu seorang wirausaha muslim dalam menjalankan usahanya juga harus memahami hukum-hukum dan aturan islam yang mengatur tentang hukum Mu'amalah

Dengan memahami hukum mu'amalah bisa membuat seseorang memilah yang haram dan halal, atau mengambil keputusan pada hal-hal yang terlihat samar. Mengingat pentingnya hukum-hukum jual beli ini, Khalifah Umar bin Khatab mengeluarkan dari pasar orang-orang yang tidak paham hukum jual beli.

Ada beberapa ketentuan secara umum etika berbisnis dalam ekonomi islam yaitu:

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terfleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen. Konsep ini menawarkan ketrpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan.

b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Kesalahan besar bagi orang yang berbuat curang seperti mengurangi timbangan. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.

c. Kebebasan (*Freewill*)

Kebebasan merupakan bagian dalam nilai-nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidaklah merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Kecendrungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, ifak dan sedekah

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan. Setiap Manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara

logis karena prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas

e. Kebenaran: Kebajikan dan kejujuran

Kebenaran islam dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dan kesalahan mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

BAB VIII

KREATIVITAS DAN INOVASI

Zaman dahulu kewirausahaan merupakan urusan pengalaman langsung di lapangan, padahal kewirausahaan itu bukan hanya merupakan bakat bawaan sejak lahir, namun dapat dipelajari dan diajarkan. Kewirausahaan dipelajari dan diajarkan melalui proses pendidikan formal dan informal. Menurut Suyana ((2009:2) bahwa “ *Entrepreneurship are not only born but also made*”.

Seorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi *entrepreneur* adalah orang-orang yang mengenal potensinya dan belajar untuk menangkap peluang serta mengorganisir usahanya dalam mewujudkan cita-citanya.

Seorang wirausahawan haruslah memiliki ide-ide baru agar menghasilkan suatu kreativitas. Kreativitas ini akan membawa wirausahawan untuk selalu melakukan inovasi terhadap usahanya. Naisbitt dan Aburdene dalam *Reinventing the Corporation* menyatakan menyatakan perlunya basis pendidikan yang dapat menciptakan kreativitas dalam masyarakat informasi baru. Proses pembelajaran bagaimana berfikir (*Learning how to think*), Pembelajaran bagaimana belajar (*Learning how to learn*), dan pembelajaran bagaimana menciptakan sesuatu (*Learning how to create*). Proses pembelajaran ini di sebut juga *Teaching Learning and creativity* (TLC).

A. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik dari pada

algorithmic (Dollinger, 1995 h 65). Heuristic adalah sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Heuristic merupakan suatu map (peta buta) yang belum jelas dimana kita dan kemana kita akan berjalan. Heuristic juga menstimulasi seseorang untuk belajar lebih dalam untuk dirinya, seperti bagaimana menuju kota B dari Kota A dengan petunjuk map yang kurang jelas tersebut.

Algorithm adalah suatu mekanikal set dari aturan-aturan, suatu perencanaan operasi yang telah di set sebelumnya untuk pemecahan suatu masalah, pengambilan keputusan, dan penyelesaian suatu konflik.

Rockler dalam innovative Teaching Strategies mendefenisikan bahwa kreativitas adalah seseorang yang dengan sadar mendapatkan sesuatu perspektif baru dan sebagai hasilnya membawa sesuatu yang baru. Kreativitas tersebut melalui suatu proses yang sangat penting dalam tindakan yang orisinil, yang berhubungan dengan produksi, unik dari seseorang di satu pihak, dan material, kejadian atau lingkungan dari kehidupannya di lain (pihak h-36-38).

1. Kreativitas Seseorang

Secara umum kreativitas seseorang dapat diformulasikan sebagai berikut:

- a. Kreativitas dimiliki oleh setiap orang (baik pada tingkat kemampuan yang kecil maupun besar)
- b. Kreativitas memerlukan pencapaian dari suatu perspektif yang baru. Paling tidak baru untuk orang tersebut
- c. Perspektif yang baru ini dicapai dengan membawa bersama pengalaman yang tidak berhubungan sebelumnya
- d. Kreativitas mendambakan ssuatu yang berkualitas
- e. Seseorang harus mendekati lingkungan dengan cara yang holistic

- f. Orang yang kreatif harus berfantasi, bermain dan berfikir
- g. Orang yang kreatif bersikap spontan, fleksibel dan terbuka terhadap pengal;aman
- h. Spontanitas dari manusia adalah sumber dari kreativitas.

Berbagai ide kreatif bermunculan saat ia melihat suatu masalah tidak terselesaikan, karena makna dasarnya adalah setiap masalah disana mengandung nilai jual saat kita bias memberikan solusi atas masalah tersebut

2. Teori Schumpeter Tentang Kreativitas

Schumpeter adalah seorang pemenang hadiah Nobel bidang Ekonomi mengatakan bahwa membangun sifat dan sikap kreatif sangat baik dan begitu bernilai positif bagi suatu Negara. China dapat dianggap sebagai contoh nyata yang menerapkan teori tersebut. Negara china berusaha menciptakan masyarakat yang kreatif sehingga ada istilah China adalah seluruh anggota keluarga harus bekerja tidak ada yang tidak bekerja, kondisi dan prinsip ini sering bertolak belakang dengan kondisi masyarakat Indonesia.

Seorang Wirausaha adalah orang yang kreatif, Zimmerer mengatakan bahwa,

- a. *Entrepreneurs are an amazing group of people*
- b. *They are a constant sources of creative ideas and innovations*
- c. *They are an important sources of fuel for our economy's growth*
- d. *Entrepreneurs are not bashful, they have big dreams*
- e. *Their big dreams are an important source of motivation and vision.*

Ungkapan diatas menyatakan bahwa *Entrepreneur* merupakan salah satu kelompok yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berfikir dan bertindak produktif. Pertumbuhan wirausaha berkorelasi tinggi dengan terhadap pertumbuhan ekonomi karena lapangan kerja akan terbuka, pendapatan masyarakat meningkat, daya beli bertambah, barang dan jasa yang dihasilkan di dunia industry akan laku terjual.

Dalam menjalankan bisnis memang dibutuhkan kreativitas termasuk yang mengedepankan efisiensi, dan salah satu cara menerapkan efisiensi dalam berbisnis ditahap awal dapat memulai bisnis dari rumah (home- base business). Beberapa faktor yang menyebabkan banyak wirausahawan memilih rumah sebagai lokasi pilihan pertama adalah:

- a. Menjalankan bisnis dari rumah meminimalkan biaya awal dan operasi
- b. Perusahaan bisnis dari rumah memungkinkan pemiliknya dapat mempertahankan gaya hidup dan gaya kerja fleksibel.
- c. Tehnologi yang mengubah banyak rumah-rumah biasa menjadi " vila elektronik" memungkinkan wirausahawan dapat menjalankan berbagai macam dari rumah

Ini adalah era teknologi dimana setiap orang bisa memperoleh uang tanpa harus jauh-jauh bekerja. Jika ingin keluar maka itu untuk keperluan belanja pada kebutuhan sehari-hari. Bekerja di rumah secara konsep biaya juga dianggap mampu mengirit biaya transportasi, termasuk seseorang bisa makan dan

minum dengan fasilitas rumah yang lengkap. Wirausahawan memang pembawa perubahan, dan tidak ada yang abadi di dunia ini karena yang abadi adalah perubahan.

3. Spirit Kreativitas Bisnis

Bagi seorang wirausahawan sejati membangun usaha bukan sekedar bertujuan untuk meraih keuntungan finansial semata namun lebih dari itu. Membangun dan mengembangkan bisnis adalah sebuah prestasi yang membanggakan dan itu lebih dari pada uang. Memang keuntungan adalah salah satu target dari hasil pekerjaan yang ingin diraih namun kepuasan batin akan sangat terasa pada saat produk/karya yang dilakukan dan di sukai oleh konsumen.

Sejarah lahirnya The Botol Sosro dan air mineral Aqua dapat dianggap sebagai salah satu contoh bukti ketika kreativitas yang tanpa menyerah telah membuahkan hasil nyata. The Botol Sosro diciptakan oleh Bapak Sosrodjojo, yang memulai usahanya semenjak tahun 1940 sebelum Indonesia merdeka dan tahun 1953 bisnisnya masuk ke Jakarta. Pada tahun 1974 ia mendirikan PT Sinar Sosro yang merupakan the botol pertama di Indonesia

4. Inovasi

Wirausahawan adalah seorang innovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang, mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukan cara berfikir lamban dan malas. Seorang wirausahawan mempunyai pesan untuk mencari kombinasi baru yang merupakan gabungan dari pengenalan barang dan jasa baru, metode produksi baru, sumber bahan mentah baru, pasar-pasar baru dan organisasi industry baru.

Inovasi juga merupakan sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang produk (barang, jasa, ide dan tempat) dan inovasi manajemen (proses kerja, produksi, keuangan, pemasaran, dan lainnya)

Seperti kata pepatah kegagalan adalah awal dari kesuksesan. Artinya kegagalan yang ia terima dijadikan sebagai pelajaran untuk mengetahui dimana kelemahan atau kesalahan yang telah dilakukan. Dari sanalah perbaikan dan penyempurnaan dilakukan. Dampak positif dari kegagalan adalah bagaimana membangun produk agar terhindar dari kesalahan, sebab salah satu sifat bijak seorang innovator adalah mampu menginovasi orang lain untuk melakukan inovasi juga.

5. Prinsip-prinsip dan Peluang inovasi

Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu:

- a. Sesuatu yang harus dilakukan seperti menganalisa peluang, yang harus dilakukan, sederhana, terarah, dimulai dari yang kecil dan kepemimpinan.
- b. Sesuatu yang tidak harus dilakukan seperti mencoba untuk menjadi pandai, mencoba ingin mengerjakan sesuatu yang banyak, mencoba inovasi untuk masa yang akan datang
- c. Kondisi seperti memerlukan ilmu pengetahuan, membangun keunggulannya sendiri dan inovasi yang merupakan efek dari ekonomi dan masyarakat.

Inovasi dapat bersumber dari adanya peluang dalam bentuk penelitian, pengembangan, keberhasilan/kegagalan, penolakan pelanggan, kebutuhan, keinginan, daya beli masyarakat, persaingan, perubahan demografi, perubahan selera serta Ilmu pengetahuan teknologi.

6. Inovasi Produk

Bagi seorang wirausahawan inovasi produk adalah suatu yang harus mutlak harus dilakukan, walaupun produknya sama namun tetap ada bagian yang berbeda dengan kebanyakan produk lainnya. Karena mereka memang hidup dengan inovasi (penemuan baru). Setiap ide dan pemikiran baru pasti sering mengalami kegagalan, namun seorang wirausahawan sejati diajarkan untuk melihat semua ini sebagai bagian dari proses.

Inovasi produk dapat meliputi beberapa kategori seperti:

- a. Produk baru yang menciptakan pasar baru secara keseluruhan (new to the world products)
- b. Produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk masuk dan membangun pasar untuk pertama kalinya (new product lines)
- c. Produk baru yang melengkapi produk yang telah ada (addition to existing product lines)
- d. Produk baru yang menyajikan perbaikan kinerja atau nilai yang dirasakan oleh pelanggan lebih besar yang menggantikan produk yang ada (improvements in revision to existing products)
- e. Produksi baru yang menyajikan produk yang sama tetapi dengan harga yang lebih

rendah (cost reductions) (Booz, Allen dan Hamilton, 1982)

7. Proses adopsi dan Inovasi

Pelanggan yang mengadopsi suatu inovasi dari produk akan melalui proses sebagai berikut:

- a. Awareness. Pada tahap ini calon pelanggan baru menaruh perhatian terhadap inovasi tetapi masih memiliki sedikit informasi terhadap produk inovatif. Tugas perusahaan adalah menyebarluaskan informasi dari produk inovatif pada segmen atau sasaran pasar (target market) yang telah direncanakan.
- b. Interest. Pada tahap ini calon pelanggan terdorong untuk mencaari informasi lebih lanjut mengenai produk inovatif.
- c. Evaluation, Calon pelanggan mempertimbangkan apakah akan memakai produk inovatif tersebut atau tidak. Dalam tahap uji coba perusahaan harus menjaga agar produk tersebut sesuai dengan harapan pelanggan
- d. Adoption, jika tahap uji coba berhasil maka calon pelanggan akan memutuskan untuk menggunakan produk inovatif dengan penuh secara teratur

Dalam hal ini tugas perusahaan dalam tahapan ini adalah menjaga kepercayaan dari para pelanggan dengan tetap menjaga produk dan pelayanan dan perusahaan juga harus tetap mengembangkan produk yang ada untuk memperoleh inovasi produk yang baru.

8. Bisnis Waralaba (Franchisee)

Salah satu bentuk bisnis yang begitu berkembang dewasa ini dan sangat ditekuni oleh seorang wirausahawan adalah bisnis waralaba (Franchisee). Bisnis waralaba adalah suatu bentuk

bisnis dimana seseorang memakai merek dagang dari perusahaan yang terkenal selanjutnya dibuka cabang pemasaran ditempat lain. Seorang wirausahawan yang menekuni konsep bisnis waralaba ia tinggal mencari tempat yang dianggap lokasinya baik dan menguntungkan dari segi penjualan dan kemudian menerima produk dari perusahaan bermerek terkenal tersebut untuk di jual.

Secara umum jenis waralaba itu ada berbagai macam bentuknya. Adapun bentuk waralaba yang dikenal saat ini adalah:

- a. Waralaba produk, Seorang produsen sebuah jenis produk memberi hak kepada seorang wirausahawan untuk mengedarkan produk mereka ke pasar, Seperti penjualan buku terbitan Alfabeta, ban mobil merek Bridgestone, Good Year dan lain sebagainya.
- b. Waralaba bisnis, Seperti membuka Starbuks Coffee, Wong Solo, Pecel Lele Lela, Mister Bakso, Papa Rons Pizza.
- c. Waralaba Pabrik, Meminta hak untuk membuka pabrik untuk memproduksi produk yang menggunakan merek mereka seperti: coca cola, PEPSI, The botol, dan lain-lain
- d. Waralaba Manajemen, Membuka konsultan manajemen, seperti American Idol, Panghegar, Natour.

9. Diversifikasi Bisnis

Dalam konsep investasi dikenal dengan diversifikasi investasi. Para wirausahawan dalam menjalankan bisnis juga telah menjadikan konsep diversifikasi investasi tertuang dalam bisnis. Keputusan diversifikasi bisnis dilandasi oleh berbagai alasan dan latar belakang. Konsep diversifikasi ini dalam sejarahnya dikemukakan oleh Herry Markowitz

yang oleh beberapa kalangan dikenal Teori Portofolio Herry Markowitz.

Herry Markowitz adalah salah seorang pakar dalam bidang manajemen investasi. Teorinya tentang diversifikasi investasi begitu di kenal hingga saat ini dan selalu menjadi bahan diskusi di berbagai universitas di seluruh dunia. Jurnal yang ditulis oleh Herry Markowitz berjudul " Portofolio Selection " pada tahun 1952.

Teori yang dikemukakannya begitu sederhana yaitu *"don't put all your eggs in one basket"* (Jangan meletakkan telur pada satu keranjang tapi letakkanlah pada lebih dari satu keranjang). Konsep teori ini dikenal dengan diversifikasi atau melakukan investasi yang sifatnya tidak terpusat pada satu bidang saja tapi lebih pada satu bidang serta dilakukan bukan searah, atau membuka bisnis yang bersifat tidak searah.

BAB IX

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keuangan untuk dijadikan peluang. Dari segi etimologi kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti: pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dari kamus besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru.

Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995 dicantumkan bahwa:

- a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, prilaku dan kemampuan kewirausahaan.
- b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, prilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kewirausahaan Sosial di Indonesia mulai tumbuh ditandai dengan maraknya seminar/lokakarya tentang kewirausahaan sosial, berdirinya pusat studi kewirausahaan sosial di beberapa kampus, hadirnya organisasi yang peduli

dengan pengembangan kewirausahaan sosial seperti Asoka Indonesia, dan terbentuknya Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia (AKSI) pada tanggal 16 November 2009.

Sekarang kewirausahaan merupakan sangat banyak dibicarakan diberbagai forum dan media dan juga di kalangan dunia pendidikan. Metode dan pelatihan banyak menawarkan *skill* agar dapat di terapkan dalam masyarakat luas.

Social Entrepreneur merupakan sebuah istilah turunan dari kewirausahaan. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan dan *Entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Pengertian sederhana dari *Social Entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*) (Santosa, 2007)

Social Entrepreneur adalah sosoknya wirausaha yang *social driven*, bergerak tidak di motivasi oleh profit, melainkan misi mengatasi masalah yang ada. Mereka adalah orang-orang yang berupaya untuk menciptakan perubahan positif atas persoalan yang menimpa masyarakat baik itu pendidikan, kesehatan atau masalah masyarakat lainnya terutama ekonomi secara wirausahawan yang ulet dan berani mengambil resiko.

Kewirausahaan sosial merupakan istilah dari segala bentuk aktivitas yang bermanfaat secara sosial. Kewirausahaan sosial adalah orang-orang yang mampu menciptakan sesuatu yang dapat mempengaruhi paradigma dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam kepentingan nirlaba maupun prolaba, kewirausahaan sosial bergerak dengan tujuan menyelesaikan masalah sosial.

Seorang wirausahawan sosial berbeda dengan seorang wirausaha bisnis karena wirausahawan sosial bukan hanya untuk mendapatkan suatu keuntungan tetapi juga

merubah masyarakat menjadi lebih baik. Jadi yang terpenting adalah faktor sosialnya yaitu masyarakat. Seorang wirausahawan sosial sangat memperhatikan dampak yang akan terjadi bukan pada penciptaan kekayaan . Kekayaan hanya sarana untuk mencapai tujuan bagi para pengusaha sosial. Sebaliknya wirausaha bisnis yang selalu dituntut oleh pasar untuk menghasilkan seberapa besar nilai tambah yang mereka peroleh dari hasil usaha sebagai ukuran keberhasilan mereka.

Gerakan kewirausahaan sosial sebenarnya sudah berlangsung lama, namun demikian tidak ada pihak yang mengetahui secara persis kapan mulai digunakan istilah ini. Beberapa tahun belakangan ini istilah kewirausahaan muncul dan mulai digunakan secara luas, terutama sejak Mohamad Yunus dianugrahi hadiah nobel. Ia muncul dengan gagasan memberi bantuan langsung kepada kaum miskin hanya akan mengkerdulkan mereka. Sebagai solusinya ia mengeluarkan program kredit mikro tanpa agunan untuk menolong masyarakat miskin yang kebanyakan adalah kaum ibu-ibu. Inilah yang disebut dengan spirit kewirausahaan sosial , yaitu sebuah upaya untuk memanfaatkan mental *entrepreneur* (inovatif, kerja keras, berani ambil resiko dll). Ini merupakan antusias bisnis yang tidak menghubungkan indikator kesuksesannya dengan kinerja keuangan, melainkan lebih kepada seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Selanjutnya, secara internasional, gerakan kewirausahaan sosial di sosialisasikan dan didukung penuh lembaga ASHOKA pimpinan Bill Drayton yang memiliki misi bahwa setiap orang adalah agen perubahan, dalam menciptakan dunia yang responsive terhadap tantangan sosial , dimana setiap orang memiliki kebebasan, kepercayaan diri dan dukungan sosial untuk mengatasi masalah dan mendorong perubahan (Ashoka.org diunduh tanggal 10 Maret 2017).

Berdasarkan uraian tersebut diatas , maka dapat dikatakan bahwa semangat dari kewirausahaan sosial adalah usaha untuk merespon tantangan sosial, dimana setiap orang diharapkan mampu menjadi agen perubahan yang percaya diri dalam mengatasi masalah sosial dan mendorong perubahan sosial dengan dukungan penuh dari lingkungan sosialnya.

Menurut Dees (2002:xxxi) cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial (social value). Para wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam sector sosial dengan:

- a. Mengadopsi sebuah misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai sosial
- b. Mengenali dan mengusahakan peluang-peluang baru untuk menjamin keberlangsungan misi tersebut
- c. Melibatkan diri dalam sebuah proses inovasi, adaptasi dan belajar berkelanjutan.
- d. Bertindak penuh semangat walaupun dengan keterbatasan sumber
- e. Penuh intesitas dalam semangat akuntabilitas kepada konstituen dan pada usaha-usaha untuk menghasilkan target yang telah ditetapkan. (Dees dkk, 20023:xxxi)

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat di lihat bahwa kewirausahaan sosial merupakan sebuah gerakan misi sosial, yang diusahakan dengan upaya-upaya menemukan peluang dan mengolahnya dengan inovasi dan proses belajar yang tiada henti serta kesiapan untuk bertindak tanpa dukungan sumber daya yang memadai. Namun demikian , gerakan tersebut tidak menggantungkan diri pada sumber donasi tertentu namun, senantiasa mendorong proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan.

A. Sejarah Kewirausahaan Sosial

Secara akademisi konsep kewirausahaan sosial telah dikembangkan di berbagai universitas (Nicholls, 2006). Salah satu adalah universitas yang ada di Inggris, seperti *Skoll Center for Social Entrepreneurship*. Di Amerika Serikat juga didirikan pusat-pusat kajian *Social Entrepreneurship*, contohnya *Center for the Advancement of Social Entrepreneurship* di *Duke University*.

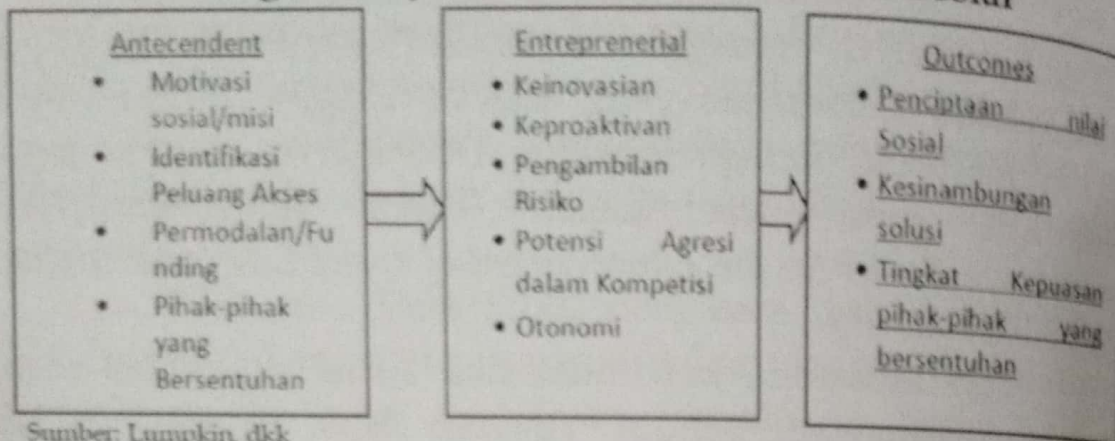
Di Indonesia kewirausahaan sosial di motori oleh Bambang Ismawan, pendiri Yayasan Bina Swadaya yang semula bernama Yayasan Sosisl Tani Membangun bersama I Sayogo dan Ir. Suradiman tahun 1967. Upaya yang dilakukannya melalui pemberdayaan masyarakat miskin melalui kegiatan micro finance (keuangan mikro) dan micr enterprise (usaha mikro) dengan mengutamakan pendidikan anggota, memupuk kemsampuan diri dan sosial. Kiprah Yayasan Bina Swadaya yang sudah lebih dari 40 tahun tidak diragukan lagi.

Selain Yayasan Bina Swadaya, ada banyak organisasi atau perseorangan yang memiliki concern di bidang kewirausahaan sosial seperti: Erie Sudewo dkk (Dompet Dhuafa), Tri Mumpuni dkk, (IBEKA), Rhenald Kasali dkk (Rumah Perubahan), Septi Peni Wulandani, dkk (Sinergi Kreatif dan Yovita dkk (Nalacity Foundation). Semuanya memilki kepedulian di bidang kewirausahaan sosial masing-masing dengan memberdayakan masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal masyrakat yang diberdayakan.

B. Proses Kewirausahaan Sosial

Secara umum proses kewirausahaan sosial tidak banyak berbeda dengan kewirausahaan sosial biasa, namun demikian terdapat beberapa perbedaan yang membuat proses ini menjadi khas dan unik, seperti yang dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

Diagram 1
Kerangka Kerja Proses Kewirausahaan Sosial



Sumber: Lumpkin, dkk

Dari diagram 1 diatas, dapat terlihat sebuah kerangka kerja dari kewirausahaan sosial. Salah satu pembeda utama dengan kewirausahaan biasa (bisnis) adalah penyebab/penggerakannya. Pada diagram terlihat bahwa kewirausahaan sosial antara lain digerakan oleh misi sosial, identifikasi peluang, berikut penjelasannya:

a. Motivasi sosial/misi

Ini merupakan pembeda utama, dimana pada umumnya sebuah gerakan kewirausahaan dilakukan untuk hal-hal yang ditujukan pada diri sendiri, seperti upaya untuk mensejahterakan prebadi atau aktualisasi diri. Hal ini diperkuat Lumpkin, dkk (2010:4) yang menyatakan bahwa hal yang paling signifikan, kewirausahaan komersial digerakkan oleh dorongan focus pribadi untuk peningkatan kesejahteraan diri atau usaha memperkerjakan diri sendiri, dimana kewirausahaan sosial cenderung untuk mulai dari focus pihak lain atau aspirasi kolektif seperti peningkatan kesejahteraan bersama, berbagi bersama atau pengembangan masyarakat. Selanjutnya perbedaan teretak pada usaha untuk mengidentifikasikan masalah yang memiliki potensi untuk diselesaikan. Pada kewirausahaan biasa identifikasi biasanya lebih ditujukan pada apa

keinginan pasar, seperti produk yang bergengsi, barang-barang yang memudahkan dalam kehidupan sehari-hari. Namun pada kewirausahaan sosial identifikasi sesuatu dalam masyarakat yang dapat ditindaklanjuti menjadi sesuatu yang penting dan unik, dimana aktivitas dimulai tidak dari profit yang ingin dikejar, melainkan identifikasi masalah yang dapat dipecahkan, ataupun potensi yang dapat dikembangkan. Austin (2006, dalam Lumpkin, 2010:5) menyatakan bahwa kebanyakan misi sosial berfokus pada masalah sosial dasar dan bertahan lama serta berbagai kebutuhan umum seperti kemiskinan, kelaparan, air yang tidak bersih, pengangguran, transportasi, pendidikan, hak azasi manusia dll.

b. Identifikasi Peluang

Usaha atau aktivitas kewirausahaan sosial tidak serampangan tetapi harus dengan rencana yang baik. Menjadi sebuah kebutuhan bersama, dimana identifikasi masalah yang bertujuan untuk manfaat sosial diselenggarakan dengan baik. Lumpkin (2010:5) menyatakan bahwa agar sebuah kesempatan dapat diidentifikasi dalam sebuah konteks sosial, maka perlu ada 2 (dua) hal yang perlu diperhatikan yaitu (a) pemecahan masalah harus dianggap sebagai domain yang resmi/legal untuk aktivitas kewirausahaan dan (b) Usaha yang ditujukan pada masalah dan penyakit sosial harus dipertimbangkan sebagai sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat.

c. Akses permodalan /funding

Akses permodalan adalah sebuah alasan dalam konteks kegiatan atau keorganisasian untuk beraktivitas. Karena seperti layaknya kewirausahaan bisnis, kewirausahaan sosial juga membutuhkan capital finansial. Salah satu perbedaan utamanya adalah antara praktik kewirausahaan sosial dengan

- yang dilakukan oleh organisasi filantropi/non profit adalah mereka berusaha mencari dan mengembangkan akses permodalannya sendiri.
- d. Pihak-pihak yang terkait/berkepentingan (*Multiple stakeholders*)

Pihak-pihak yang terkait/berkepentingan (*Multiple stakeholders*) adalah individu atau organisasi yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya (Freeman 1984; Jones 1995 dalam Lumpkin 2010). Ada perbedaan antara stakeholder kewirausahaan sosial dan kewirausahaan bisnis atau pada konteks komersial dan sosial. Pada konteks komersial yang dapat dianggap stakeholder adalah pemasok, pelanggan produk atau jasa yang disediakan, karyawan, investor dan lain-lain, sedangkan pada Kewirausahaan sosial jumlah stakeholder meliputi seperti yang dimiliki pada kewirausahaan bisnis ditambah beberapa pihak lain seperti anggota masyarakat yang terlibat, perangkat desa yang mendukung, kelompok yang menjadi sasaran program

C. Aspek yang membangun kewirausahaan

Dalam menekuni dunia kewirausahaan sosial dibutuhkan komitmen yang tinggi, rela berkorban dalam segala hal, mulai dari finansial, waktu, bahkan perasaan. Disamping itu harus memiliki sikap pantang menyerah, memiliki pelanggan, menghargai waktu, memiliki partner yang dapat bekerja sama.

Pada beberapa kasus, kemunculannya dipelopori oleh seorang tokoh yang memiliki mimpi besar untuk menghasilkan kebermanfaatan bagi masyarakat. Untuk menjaga kesinambungan diperlukan aspek-aspek individu

dan juga aspek lainnya. Menurut Paul C Light (2008) kewirausahaan terbangun dari empat (4) aspek yaitu:

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan aspek pertama dari konsep

kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial tidak akan ada tanpa adanya kewirausahaan. (Hulgard, 2010), mengatakan bahwa kewirausahaan sosial terdiri dari empat (4) elemen utama, yaitu:

- a. *Social Value*, merupakan elemen paling khas dari kewirausahaan sosial yakni menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.
- b. *Civil Society*, pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat.
- c. *Innovation*, kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial.
- d. *Economic Activity*, kewirausahaan sosial yang berhasil pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis/ekonomi untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi.

Menurut Karen Braun, Wirausaha sosial adalah seseorang yang mengenali masalah sosial dan menggunakan strategi kewirausahaan untuk memberanikan diri menghadapi resiko sebagai pemimpin perubahan sosial ke arah positif. Kewirausahaan sosial tersusun atas dasar tiga (3) aspek yaitu:

- a. Bersifat suka rela (*Voluntary Sector*)
- b. Menyangkut Kepentingan public bersama (*Public Sector*)
- c. Unsur pribadi atau individual yang bersangkutan, bias termasuk unsur kepentingan profit (*Private Sector*)

D. Karakteristik Kewirausahaan Sosial

Dari beberapa definisi tersebut diatas menunjukkan bahwa adanya keyakinan dari berbagai pihak bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang dibutuhkan untuk masalah sosial yang terjadi di Indonesia. Organisasi dan ahli tentang kewirausahaan sosial seperti Ashoka Fellows, yang didirikan oleh Bill Draytin tahun 1980, menyebutkan bahwa karakteristik kegiatan wirausaha sosial sebagai berikut:

- a. Mengenali adanya kemacetan atau kemandegan dalam kehidupan masyarakat dan menyediakan jalan keluar dari kemacetan tersebut. Wirausahawan sosial menemukan apa yang tidak berfungsi, memecahkan masalah dengan mengubah sistemnya, menyebarluaskan pemecahannya, dan meyakinkan seluruh masyarakat untuk berani melakukan perubahan.
- b. Wirausaha sosial tidak puas hanya memberi ikan atau mengajarkan cara memancing ikan. Wirausahawan sosial tidak tinggal diam hingga industri periklanan berubah

Karakteristik kewirausahaan sosial menurut Borstein (2006) dijelaskan sebagai berikut:

- a. Orang-orang yang mempunyai visi untuk memecahkan masalah kemasyarakatan sebagai pembaharu masyarakat dengan gagasan yang sangat kuat untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat.

- b. Umumnya bukan dari orang terkenal seperti: dokter, pengacara, insinyur, konsultan manajemen, pekerja sosial, guru dan wartawan.
- c. Orang-orang yang memiliki daya transformative, yakni orang-orang dengan gagasan baru dalam menghadapi masalah besar, yang tak kenal lelah dalam mewujudkan misinya, menyukai tantangan, punya daya tahan yang tinggi, orang-orang yang bersungguh-sungguh, tidak mengenal kata menyerah hingga mereka berhasil menyebarkan gagasannya sejauh mereka mampu
- d. Orang yang mampu mengubah daya kinerja masyarakat dengan cara terus memperbaiki, memperluas cita-cita
- e. Orang yang memajukan perubahan sistemik: bagaimana mereka mengubah perilaku dan pemahaman
- f. Pemecah masalah yang kreatif
- g. Mampu menjangkau jauh lebih orang dengan uang atau sumber daya jauh lebih sedikit dengan keberanian mengambil resiko sehingga mereka harus sangat inovatif dalam mengajukan pemecahan masalah
- h. Orang yang tidak bias diam, yang ingin memecahkan masalah yang telah gagal ditangani oleh pranata (Negara dan mekanisme pasar) yang ada.
- i. Mereka melampaui format-format lama (struktur mapan) dan terdorong untuk menemukan bentuk - bentuk organisasi baru
- j. Mereka lebih bebas dan independen, lebih efektif dan memilih keterlibatan yang lebih produktif.

Ditambah lagi oleh Emerson dalam nicholls, 2006 juga mendefinisikan tipe dari pelaku kewirausahaan sosial adalah:

- a. *Civic innovator* (innovator dari kalangan sipil)
- b. *Founder of a revenue generating social enterprise* (Pendiri sosial enterprise yang mampu meningkatkan penerimaan)
- c. *Launcher of a related revenue generating activity to create surplus to support social vision.* (Para aktor yang melaksanakan aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan penerimaan yang menciptakan surplus untuk mendukung visi sosial)
- d. *Socio Entrepreneur* (mereka yang berjuang merajut hidup demi atas nama kemaslahatan sosial).

E. Tantangan Implementasi *Social Entrepreneur*

Berbagai tantangan yang dihadapi oleh *Social Entrepreneur* adalah masalah Pendanaan, pendidikan untuk para pemimpin dimasa mendatang yang menyadari tentang pentingnya *social entrepreneurship*, dan kurangnya insentif yang diberikan oleh pemerintah untuk meringankan beban lembaga-lembaga yang bergerak dibidang sosial. Oleh karena itu *Social Entrepreneurs* harus didukung oleh *Social Investor* agar inovasinya dapat diwujudkan (Kusumah, 2011). Tetapi haruslah disadari bahwa *Social Entrepreneurship* bukanlah satu-satunya obat untuk mengatasi permasalahan sosial yang dihadapi, karena dalam kenyataannya sangat dipengaruhi oleh kerangka dan struktur perekonomian yang berlaku di suatu Negara. Namun seharusnya muncul suatu keberanian untuk membentuk *change makers* sehingga tiap individu harus diupayakan untuk dapat menjadi *change maker* dilingkungannya (Kusumah, 2011). Lebih lanjut Austin dkk (dalam Nicholls, 2006) mengemukakan sejumlah tantangan perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Entrepreneurship* (CSE), yaitu: *Leadership*; dengan tiga dimensi penting yaitu:

- a. Visi, pemimpin harus memiliki visi dimana dimensi sosial merupakan pusat dan bagian integral dari kehidupan perusahaan
- b. Legitimasi, pemimpin harus menciptakan lingkungan internal yang tepat dan sesuai harapan dari proses *Social Entrepreneurship* diperusahaan
- c. Pemberdayaan, pemimpin harus memberi peluang pemimpin dan agen perubahan lainnya di perusahaan agar mampu membangun dan memutuskan suatu proses.

Kendati *social entrepreneurship* terbilang penting untuk Indonesia, sebenarnya isu yang lebih penting adalah mencetak wirausahawan itu sendiri. Individu-individu dapat menjadi *social entrepreneur* dan mencetak *social enterprise* dengan menghimpun wirausaha. Mereka akan mengembalikan *return* atau *surplus* dari aktivitas kewirausahaannya kepada *stakeholders* sehingga tercipta apa yang diidealkan dalam sebuah masyarakat. Mencetak *entrepreneur* adalah isu besar dalam negeri ini, maka individu dalam konteks ini tidak harus seorang *entrepreneur* murni namun seorang pebisnis yang telah mapan pada bisnisnya bisa mengisi pola ini. Yang penting; mereka bertindaklah layaknya *venture philanthropy*: menginjeksi capital, baik financial capital ataupun capital lain yang telah dimilikinya (intelektual serta *social capital*); tidak meminta modal kembali; hanya mendapat gaji atau upah; tidak mengejar profit untuk kepentingannya sendiri dan tidak mendapat deviden (Radyati, dalam Pambudi, 2010).

Bagi *social entrepreneur* tantangan yang terbesar adalah keuntungan yang didapat sebagian atau seluruhnya diinvestasikan kembali untuk pemberdayaan masyarakat. Selain itu yang paling mendesak adalah bagaimana mencetak *entrepreneur* itu sendiri. Seseorang Sosiolog yang bernama David Mc Clelland menyebutkan, bila ingin menjadi Negara maju, maka 2 % dari warga harus menjadi seorang

entrepreneur, dengan rumus satu (1) orang wirausaha harus bias memperkerjakan delapan (8) orang lainnya.

F. Peranan *Social Entrepreneur* Bagi Masyarakat

Bertolak dari adanya kesenjangan sosial di masyarakat yang seringkali menimbulkan permasalahan dalam ekonomi keluarga, berkembangnya *social entrepreneur* akan sangat membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Diperkuat lagi bahwa *social entrepreneurship* adalah agen yang mampu (Santosa, 2007):

- a. Melaksanakan cita-cita mengubah dan memperbaiki nilai nilai sosial
- b. Menemu kenali berbagai peluang untuk melakukan perbaikan
- c. Selalu melibatkan diri dalam proses inovasi, adaptasi, dan pembelajaran yang terus menerus.
- d. Bertindak tanpa menghiraukan berbagai hambatan atau keterbatasan yang dihadapinya
- e. Memiliki akuntabilitas dalam mempertanggungjawabkan hasil yang dicapainya, kepada masyarakat

Masyarakat *socio entrepreneur* adalah mereka yang berjuang merajut hidup demi atas nama kemaslahatan sosial. Mereka berusaha membentangkan serangkaian tindakan untuk membantu penciptaan masyarakat sosial yang makmur dan bermartabat. Demi tercapainya suatu tujuan seorang *entrepreneur* haruslah memiliki kemampuan yang dapat di kelompokkan sebagai berikut:

- a. Kemampuan entrepreneur (disiplin, percaya diri, berani memulai, innovator, perubahan, pantang menyerah, visi, kemampuan untuk memimpin, network building, tim, inter personal.
- b. Kemampuan bisnis *management skill* (berani membuat keputusan, human person, pemasaran, akutansi,

manajemen, control, negosiasi, pengembangan usaha dan manajemen)

Kemampuan wirausahawan sosial tidak untuk memberikan nilai tambah baik kepada lingkungan sosial, nilai dan ekonomi di lingkungan sekitarnya telah membuat kegiatan ini semakin mengambil peran. Berkembangnya kewirausahaan sosial dapat menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, memberikan nilai inovasi dan kreasi baru terhadap lingkungan sosial ekonomi masyarakat, dapat menjadi modal sosial pembangunan dan upaya peningkatan kesetaraan (*equity promotion*) dan pemerataan kesejahteraan (*spreading welfare*) kepada masyarakat luas

Secara sosial ekonomis kegiatan kewirausahaan sosial dapat meningkatkan kesempatan kerja di masyarakat. Hal ini dikarenakan semangat wirausaha yang menjadi basisnya untuk menciptakan lapangan pekerjaan dari pada mencari pekerjaan. Orientasinya lebih diarahkan pada golongan masyarakat, agar dapat memberikan suatu alternative bagi masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik.

BAB X

PENGAMBILAN KEPUTUSAN

A. Pengertian Keputusan

Menurut Ralph C. Davis (2002), keputusan adalah hasil pemecahan yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula.

Sementara itu, menurut James A.F. Stoner (1995), keputusan adalah pemilihan di antara alternatif- alternative, seperti:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan.
2. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik.
3. Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Selanjutnya, Prof. Dr. Prajudi Atmosudirjo, SH (1979) mengatakan bahwa keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif (Hasan, 2002).

B. Pengambilan Keputusan

Menurut George R. Terry (2010), pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Sementara itu, menurut S.P. Siagian (2001), pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap perhitungan alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Selanjutnya James A.F Stoner (1995) mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

Dari definisi diatas, pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah.

Persoalan pengambilan keputusan, pada dasarnya adalah bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilah yang prosesnya melalui mekanisme tertentu, dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan yang terbaik (Wahab, 2008). Penyusunan model keputusan adalah salah satu cara untuk mengembangkan hubungan- hubungan logis yang mendasari persoalan keputusan ke dalam suatu model matematis, yang mencerminkan hubungan yang terjadi di antara faktor- faktor yang terlibat. Apapun dan bagaimana pun prosesnya, satu tahapan yang paling sulit dihadapi pengambil keputusan adalah dalam segi penerapannya karena dalam hal ini pengambil keputusan perlu meyakinkan semua orang yang terlibat, bahwa keputusan tersebut memang merupakan pilihan terbaik sehingga semuanya akan merasa terlibat dan terikat pada keputusan tersebut.

C. Fungsi Dan Tujuan Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan berfungsi sebagai pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional. Selain itu pengambilan keputusan juga bersifat futuristik, artinya bersangkut paut dengan masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

Sementara itu berdasarkan tujuan, pengambilan keputusan ada 2 dua, yaitu:

1. Tujuan yang bersifat tunggal
Terjadi apabila keputusan yang dihasilkan hanya menyangkut satu masalah, artinya bahwa sekali diputuskan, tidak akan ada kaitannya dengan masalah lain.
2. Tujuan yang bersifat ganda
Terjadi apabila keputusan yang dihasilkan itu menyangkut lebih dari satu masalah, artinya bahwa satu keputusan yang diambil itu sekaligus memecahkan dua masalah (atau lebih), yang bersifat kontradiktif atau yang tidak bersifat kontradiktif.

D. Konsep dan Prinsip Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (*Decision Making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil. Menurut J.Reason, Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia.

Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

G. R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. Sedangkan Claude S. Goerge, Jr Mengatakan proses pengambilan keputusan itu dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kesadaran, kegiatan pemikiran yang termasuk pertimbangan, penilaian dan pemilihan diantara sejumlah alternatif. atas alternatif dan tindakan.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan. Pengambilan keputusan dalam Psikologi Kognitif difokuskan kepada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimana sebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran, yang mana ditandai dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut.

Menurut Suharnan, pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi. Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang diambil seseorang beraneka ragam. Tapi tanda-tanda umumnya antara lain : keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual, keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif, keputusan selalu

melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan. Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengambilan Keputusan (*Decision Making*) merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi kedepan.

E. Model Pengambilan Keputusan

1. Konsep dan Tipologi Keputusan

James A.F.Stoner mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan diantara alternatif- alternatif. Definisi lainnya yaitu menurut Prof. Dr. Prajudi Atmosudirjo, SH keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Dari pengertian- pengertian keputusan diatas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif (Hasan, 2004).

Pengambilan keputusan menurut Geoge R. Terry adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) dari dua atau lebih alternative yang ada. Menurut James A.F. Stoner, keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik; dan (3) ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Pengertian keputusan yang lain dikemukakan oleh Prajudi Atmosudirjo bahwa keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Pembuatan keputusan atau *desicion making* ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan-kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi didalam situasi yang meminta seseorang harus a) membuat prediksi kedepan, b) memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih atau membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi kejadian berdasarkan bukti-bukti yang terbatas Menurut S.P. Siagian pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang tepat. Ahli lain yaitu Churchman merumuskan pengambilan keputusan sebagai aktivitas manajemen berupa pemilihan tindakan dari sekumpulan alternatif yang telah dirumuskan sebelumnya untuk memecahkan masalah atau suatu konflik dalam manajemen. Persoalan pengambilan keputusan, pada dasarnya adalah bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih yang prosesnya melalui mekanisme tertentu, dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. (Fajar, 2012).

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain :

a. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan, yaitu :

- a) Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
- b) Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah-masalah yang bersifat kemanusiaan. Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat Untuk

masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuitif hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

b. Pengalaman

Pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

c. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

d. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

e. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah - masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam

masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang di akui saat itu.

Ada berbagai tipologi keputusan yang disusun berdasarkan berbagai sudut pandang, secara garis besar dikenal tiga tipologi yaitu :

a) Keputusan berdasarkan kepentingan

Secara klasik, hierarki manajemen terbagi menjadi tiga tingkatan yaitu : manajemen puncak, menengah, dan bawah. Manajemen puncak berkaitan dengan masalah perencanaan yang bersifat strategis, manajemen menengah menangani masalah kontrol/pengawasan yang sifat pekerjaannya lebih banyak pada masalah administrasi. Sedangkan tingkatan berikutnya adalah manajemen operasional, yaitu yang berkaitan dengan kegiatan operasi harian.

b) Keputusan berdasarkan tingkat regularitas

Tipologi ini diusulkan oleh H. Simon. Menurutnya keputusan berada pada suatu rangkaian kesatuan (*continuum*), dengan keputusan terprogram pada satu ujungnya dan keputusan tak terprogram pada ujung yang lain.

(1) Keputusan Terprogram

Yang pertama adalah masalah-masalah yang terstruktur dengan baik yang berulang serta rutin, dan untuk masalah-masalah tersebut telah dikembangkan model standar.

(2) Keputusan Tak Terprogram

Keputusan ini bersifat tidak terstruktur. Keputusan yang tidak terprogram biasanya juga berkaitan dengan persoalan yang cukup pelik, karena banyak parameter yang tidak diketahui atau belum diketahui.

c) Keputusan Berdasarkan Tipe Persoalan

Mintzberg mengklasifikasikan keputusan menjadi empat tipe sebagai berikut.

- (1) Keputusan internal jangka pendek
- (2) Keputusan internal jangka panjang
- (3) Keputusan eksternal jangka pendek
- (4) Keputusan eksternal jangka panjang

Keputusan internal jangka pendek biasanya menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan rutin/operasional. Keputusan internal jangka panjang adalah keputusan-keputusan yang berkaitan dengan permasalahan organisasional. Keputusan eksternal jangka pendek berkaitan dengan semua persoalan yang berdampak atau berhubungan dengan lingkungan dalam rentang waktu yang relative pendek. Keputusan eksternal jangka panjang berkaitan dengan semua persoalan yang berdampak atau berhubungan dengan lingkungan dalam rentang waktu yang relatif panjang. (Daihani, 2001)

F. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Herbert A. Simon, tahap-tahap yang harus dilalui dalam proses pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tahap Pemahaman (*Intelligence Phase*). Tahap ini merupakan proses penelusuran dan pendeteksian dari lingkup problematika serta proses pengenalan masalah. Data masukan diperoleh, diproses dan diuji dalam rangka mengidentifikasi masalah.
2. Tahap Perancangan (*Design Phase*). Tahap ini merupakan proses pengembangan dan pencarian alternatif tindakan/ solusi yang dapat diambil. Tersebut merupakan presentasi kejadian nyata yang disederhanakan sehingga diperlukan proses validasi dan verifikasi untuk mengetahui keakuratan keakuratan model dalam meneliti masalah yang ada.

3. Tahap Pemilihan (*Choice Phase*). Tahap ini dilakukan pemilihan diantara berbagai alternatif solusi yang dimunculkan pada tahap perencanaan agar ditentukan/dengan memperhatikan kriteria-kriteria berdasarkan tujuan yang akan dicapai.
4. Tahap Implementasi (*Implementation Phase*). Tahap ini dilakukan penerapan terhadap rancangan sistem yang telah dibuat pada tahap perancangan serta pelaksanaan alternatif tindakan yang telah dipilih pada tahap pemilihan.

Menurut Hasan (2002), proses pengambilan keputusan harus melalui beberapa tahap dimana setiap tahap merupakan kerangka dasar yang dapat dikembangkan menjadi beberapa sub tahap yang lebih khusus dan lebih operasional.

Pada dasarnya proses pengambilan keputusan adalah sbb:

- a. Mengidentifikasi masalah
Permasalahan lebih dulu harus dibuat jelas apakah itu memang masalah atau sekedar isu. Masalah disini adalah persoalan yang harus dipecahkan sedangkan isu adalah persoalan yang perlu dibicarakan (tidak harus dipecahkan)
- b. Menganalisis masalah
Penyebab timbulnya masalah harus diketahui melalui data dan informasi. Dalam hal ini, fungsi unit pengolah data sangat penting sebab kemungkinan akan ada informasi yang masuk yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dalam menyelesaikan masalah.
- c. Membuat beberapa alternatif pemecahan masalah
Membuat alternatif-alternatif pemecahan masalah haruslah berdasarkan penyebab timbulnya masalah. Setiap alternatif harus ditunjukkan kekurangan dan kelebihanannya.

d. Penilaian dan pemilihan alternatif

Setelah alternatif ditentukan, evaluasi dilakukan pada setiap alternatif tersebut untuk kemudian dikembangkan dan dipilih sebagai alternatif yang terbaik dalam hubungannya dengan sasaran atau tujuan yang hendak dicapai. Bidang ilmu statistik dan riset operasi merupakan model yang baik untuk menilai berbagai alternatif yang telah dikembangkan.

e. Melaksanakan keputusan

Jika alternatif terbaik telah dipilih, keputusan harus diterapkan. Namun demikian, sering kali keputusan yang baik sekalipun mengalami kegagalan karena tidak diterapkan dengan benar. Oleh sebab itu, keberhasilan penerapan keputusan tidaklah menjadi tanggung jawab pimpinan saja akan tetapi juga dari komitmen bawahan untuk melaksanakannya.

f. Evaluasi dan Pengendalian

Mekanisme sistem pengendalian dan evaluasi perlu dilakukan agar apa yang diharapkan dari keputusan yang diambil terealisasi. Penilaian didasarkan atas sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan yang bersifat khusus dan mudah diukur dapat mempercepat pimpinan untuk menilai keberhasilan keputusan tersebut. Jika keputusan tersebut kurang berhasil, di mana permasalahan masih ada, maka pengambil keputusan perlu untuk mengambil keputusan kembali atau melakukan tindakan koreksi. Masing-masing tahap dari proses pengambilan keputusan perlu dipertimbangkan dengan hati-hati, termasuk dalam penetapan sasaran tujuan. Setiap keputusan yang diambil itu merupakan perwujudan kebijakan yang telah digariskan. Oleh karena itu analisis proses pengambilan keputusan pada hakikatnya sama saja dengan proses kebijakan.

Menurut kotler dkk proses pengambilan keputusan individu, di pengaruhi oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Pengambilan keputusan menjadi wirausaha memiliki sisi positif dan negatif yang dapat disebut sebagai keuntungan dan kelemahan menjadi wirausaha. Menurut Dewanti (2008: 9) manfaat menjadi wirausahawan dan pemilik bisnis yaitu:

- a. Peluang untuk mengendalikan diri sendiri untuk menentukan sasaran yang penting.
- b. Kesempatan melakukan perubahan yang dianggap penting.
- c. Peluang untuk menggunakan potensi sepenuhnya. Bisnis merupakan alat aktualisasi diri dimana pertumbuhan diri hanya dibatasi oleh bakat dan kekuatan sendir.
- d. Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas.
- e. Peluang untuk berperan bagi masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha sendiri. Memberikan citra yang baik bagi perekonomian nasional atau masyarakat sekitarnya adalah kepuasan pribadi baginya.
- f. Peluang melakukan sesuatu yang disukai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari,(2007). *The Productive Personality., Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung, Alfabeta
- Atmosudirdjo, Prof. Dr. Prajudi, S.H. 1979. *Pengambilan Keputusan (Decision Making)*, Jakarta
- Bygrave. William D. (1994) *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Willey & Sons. Inc. Newyork
- Drucker, Peter F (1996). *Inovasi dan Kewirausahaan*, Erlangga. Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2006, *Business Plan; Teknis membuat Perencanaan Bisnis dan Analisa Kasus*, Gramedia. Jakaarta
- Geoffrey G. Meredith, Robert E. Nelson, dan Philip A Neck, 2002 *Kewirausahaan : Teori dan Praktek*, Jakarta, Victory Jaya Abadi (Terjemahan)
- Gay Hendricks & Kate Ludeman, 2002. *The Corporate Mystic: Sukses Berbisnis dengan Hati*, Alih Bahasa Fahmi Yamani Kaifa: Bandung
- Gilmore, J.V .(1974). *The Productive Personality*. Albiion Publ. San Fransisco.
- Hendro, 2011. *Dasar - Dasar Kewirausahaan*, Erlangga, Jakarta.
- Hutagalung, Raja Bongsu, Safrizal Helmi Situmorang, 2008. *Pengantar Kewirausahaan*, USU Press, Medan.
- Kasmir, 2009. *Kewirausahaan*, Rajawali Press, Jakarta.
- Kotler.P,,Ang.S.H..Leong. S.M..dan Tan, C.T.2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Terjemah* Oleh Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi

- Kotler. Philip (1997) *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat, 2007. *Enterpreneurship From Mindset to Strategy* Edisi ketiga, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Osborne. David. Dan Ted Gaebrel (1992). *Reinventing Government Mewirauahakan Birokrasi*. Penerbit PT. Pusaks Binaman Presindo. Jakarta
- Robbins, S dan Coulter, M. 200, *Manajemen*, , Edisi Kedelapan, Jakarta, Penerbit PT Indeks:
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Stephen P. Robbins And Marry Coulter. (1999). *Managemen*. Sixth Edition. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta
- Suryana, 2007, *Kewirauahaaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 3), Jakarta, Salemba Empat
- Stanton, William J. (1981). *Foundamental of Marketing*. Mc. Graw Hill Inc. Book Coy. New York
- Suryana, 2003. *Kewirauahaaan Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta.
-, 2013. *Kewirauahaaan Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses Edisi Empat*, Salemba Empat, Jakarta
- Suryana, 2007, *Kewirauahaaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 3), Jakarta, Salemba Empat
- Stephen P. Robbins And Marry Coulter. (1999). *Managemen*. Sixth Edition. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta
- Suarli & Bahtiar. (2010). *Manajemen Keperawatan dengan Pendekatan Praktis*, Jakarta, Erlangga

Suharnan.2005.*psikologi kognitif* .edisi revisi Surabaya:Srikandi Ghalia

Zimmerer. Thomas W., Norman Scarborough. (1996).
Entrepreneurship The new venture Formation. Prentice Hall International



Penyakit & Penyakit

CAHAYA FIRDAUS

Jl. Kubang Raya, Tuah Mardani,
Kec. Tampilan, Kota Pekanbaru
Riau 28293 Telp. 0852 655 04934

ISBN 978 602 5432 07 1



9 786025 432071